

Opinnäytetyö (AMK)

Rakennustekniikka

Tuotantojohtaminen

2017

Heidi Laihonen

ASIAKASLÄHTÖISEN ASUKASMUUTOSTYÖ- PROSESSIN KEHITTÄMINEN OMAPERUSTEISESSA ASUNTOTUOTANNOSSA



Heidi Laihon

ASIAKASLÄHTÖISEN ASUKASMUUTOSTYÖPROSESSIN KEHITTÄMINEN OMAPERUSTEISESSA ASUNTOTUOTANNOSSA

Asunnon ostajat hakevat tuleviin koteihinsa persoonallisia sisustusratkaisuja asukasmuutostöiden avulla. Asiakkaat ovat tänä päivänä laatu- ja tietoisia ja osaavat vaatia lopputuotteelta laadukasta ja toiminnallista kokonaisratkaisua. Asunnon ostajalla on mahdollisuus tehdä kaupan hintaan sisältyviä vaihtoehtoisia materiaalivalintoja tai lisähintaisia materiaalivalikoiden ulkopuolelta valittavia kokonaisuuksia. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ollut laatia selkeä toimintatapa asukasmuutostöiden hallinnoimiseen Peab Oy:n Turun yksikölle.

Tavoitteen saavuttamiseksi aihetta lähestyttiin kirjallisuuden avulla, jossa tarkasteltiin asiakaspalvelua ja lisä- ja muutostöitä. Aihetta lähestyttiin myös nykyisen asukasmuutostyöprosessin kuvaamisella. Tutkimuksen empiirinen tarkastelu tehtiin toimintatutkimuksena. Toimintatutkimus sisälsi rakennuskonserni Peab Oy:n asukasmuutostöiden tämänhetkisen analyysin. Tutkimus toteutettiin keräämällä palautetta aiemmista toimintatavoista, jotka ovat olleet käytössä Peab Oy:n muiden yksiköiden asiakaspalveluinsinööreillä. Havaintojen perusteella saatiin selville asukasmuutostyöprosessiin ja asiakaspalveluun liittyviä ongelmakohtia.

Asukasmuutostöiden hallinnoiminen on erittäin iso osa asiakaspalvelua. Työn tekeminen vaatii tekijältään asiakaspalvelu-osaamista. On ensiarvoisen tärkeää pitää asiakassuhteet hyvässä kunnossa ja kuunnella asunnon ostajien toiveita. Asiakkaan palvelupolun on oltava ehyt ja kokonaisvaltainen asiakkaan ostoharkinnasta aina takuukorjauksiin saakka. Opinnäytetyön tuloksena laadittiin muutostyötiedote, asukasmuutostyön prosessikaavio sekä päivitettiin useita olemassa olevia asiakirjoja asiakasystävällisemmiksi.

Tutkimusta tehdessä eteen on tullut useita kehittämisajatuksia asukasmuutostyöprosessin ja asiakaspalvelun parantamiseksi. Näiden jatkotyöstäminen on jo osittain aloitettu Peab Oy:llä kaikkien yksiköiden kesken. Tämä opinnäytetyö antaa jatkossa ajatuksia asukasmuutostyöprosessin kehittämiseksi Peab Oy:llä. Lopussa on kehitysideoita muutostöiden jatkoa ajatellen. Näistä mainittakoon mm. muuttotarkastuksen tekeminen Congrid-ohjelman avulla, valmiiksi hinnoiteltujen lisä- ja muutostöiden laatiminen sekä sisustuskonseptien luominen. Asukasmuutostyöprosessia ja asiakaspolkua tulee kehittää jatkuvasti, sillä tyytyväiset asiakkaat takaavat jatkossakin liiketoiminnan hyvän kasvun.

ASIASANAT:

asukasmuutostyö, lisä- ja muutostyö, asiakaspalvelu muutostyöprosessissa, asukasmuutostyön prosessi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme: Civil Engineering, Production Management

Completion year of the thesis: 2017 | Total number of pages 42 + 17

Author: Heidi Laihonon

DEVELOPING A TENANT CHANGE PROCESS IN PEAB LTD

Customers are searching personality for their homes with help of modifications. The customers are today, to a greater extent, quality-conscious and able to demand a high-quality and functional overall solution for the final product. The buyer of an apartment has the opportunity to purchase alternative material choices included in the retail price or additional items from outside the material range.

Managing resident migration is a very large part of customer service. The work requires a customer service concept. It is of paramount importance to maintain good customer relationships and listen to the wishes of customers. The customer service path must be intact and comprehensive from purchasing to warranty repairs.

The purpose of this thesis was to develop a clear approach to managing resident changes for the Peab Oy Turku unit. To reach this goal, the subject was approached with literature related to customer service and the topic of modification work. The subject was also approached by depicting the current resident change process.

The empirical part of the study was conducted as an action study. The present change management process of the company was also studied. Empirical research was conducted by collecting feedback from Peab Oy customer service engineers. Based on the observations, problems in the resettlement process and customer service were identified. At the end, there are development ideas for the continuation of the modifications.

KEYWORDS:

Tenant modification, additional and modification work, change management process, modification management, customer service

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
1.1 Aiheenvalinnan tausta ja tutkimuksen tavoitteet	6
1.2 Tutkimuksen rajaukset	6
1.3 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus	7
2 ASIAKASLÄHTÖISYYS	8
2.1 Asiakaslähtöisyys ja asiakastyöskentelyn lähtökohdat	8
2.2 Asiakastyytyväisyys	9
2.3 Asiakastyöskentelyn suunnittelu	11
2.4 Asiakasrajapinta	13
2.5 Asiakas markkinoinnin lähtökohtana	15
3 ASUKASMUUTOSTYÖT RAKENNUSURAKASSA	17
3.1 Lisä- ja muutostyöt	17
3.2 Käyttäjälähtöisyys rakennushankkeen hankesuunnitteluvaiheessa	19
3.3 Lisä- ja muutostöistä sopiminen	21
3.4 Muutostöiden tarkastaminen työmaalla	21
4 RAKENNUSKONSERNIN ASUKASMUUTOSTYÖPROSESSIN ANALYSOINTI	23
4.1 Tutkimusmenetelmät	23
4.2 Kohdekonsernin asuntoliiketoiminnan kuvaus	23
4.3 Esiselvitysvaihe - Peab Oy:n asukasmuutostyöprosessin kuvaus	25
4.3.1 Asunnon ostaminen ja materiaalivalinnat	25
4.3.2 Muutostöiden toteutusmahdollisuus, muutostyötarjous ja urakoitsija-yhteistyö	26
4.3.3 Viestintä muutostöissä	27
4.3.4 Valvonta työmaalla ja asukasmuutostarkastukset	27
4.4 Uusien toimintaratkaisujen suunnittelu ja kehitystarpeet asukasmuutostyöprosessissa	28
5 ASUKASMUUTOSTYÖPROSESSIN TUOTOKSET JA KEHITTÄMINEN	29
5.1 Tutkimuksen tuotokset	29
5.1.1 Muutostyötiedote	32

5.1.2 Muutostyöaikataulu ja muutostyöohje	33
5.1.3 Lisä- ja muutostyötarjous ja -tilaus	34
5.1.4 Kutsu materiaalivalintaan, työmaavierailuun ja asiakasiltaan	35
5.1.5 Muutostöiden hallinta viestinnän avulla	36
5.2 Asukasmuutostyöprosessin jatkokehittäminen	37
6 YHTEENVETO	40
LÄHTEET	42

LIITTEET

- Liite 1. Asukasmuutostyön prosessikaavio
- Liite 2. Asiakaspolku
- Liite 3. Muutostyöaikataulu
- Liite 4. Muutostyötiedote
- Liite 5. Lisä- ja muutostyötarjous ja -tilaus
- Liite 6. Kutsu materiaalivalintaan
- Liite 7. Kutsu työmaavierailulle
- Liite 8. Kutsu harjannostajaisiin
- Liite 9. Kutsu asiakasiltaan
- Liite 10. Asiakasillan kysely
- Liite 11. Selventävä suunnitelma sähkömuutoksesta muutostyötiedotteeseen
- Liite 12. Selventäviä suunnitelmia sähkömuutoksista muutostyötiedotteeseen
- Liite 13. Selventäviä suunnitelmia muutostyötiedotteeseen
- Liite 14. Selventävä materiaalisuunnitelma muutostyötiedotteeseen

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena on kuvata Peab Oy:n uudistuotannon asukasmuutostöitä. Lisä- ja muutostöitä toteutuu lähes jokaisessa rakennusprojektissa huolellisesta hankesuunnitteluvaiheesta huolimatta. Asunnon ostajat hakevat tuleviin koteihinsa persoonallisia sisustusratkaisuja asukasmuutostöiden avulla. Asiakaspalveluinsinöörillä on suuri vastuu, jotta asiakkaan toivomien muutosten toteuttamisella saavutetaan onnistunut lopputulos. Asukasmuutostyöt aiheuttavat työmaalle muutoksia ennalta suunniteltuun tuotantoon, ja näiden muutosten vaikutuksia on pystyttävä hallitsemaan.

1.1 Tausta ja tutkimuksen tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on laatia selkeä toimintatapa asukasmuutostöiden hallinnoimiseen Peab Oy:n Turun yksikölle. Asukasmuutostöille ei ole aiemmin Turun yksikössä ollut erillistä työntekijää, vaan asukkaiden toivomat lisä- ja muutostyöt on hoidettu työmaan ja asuntomyyjän välillä. Nyt ohjeistus laaditaan asiakaspalveluinsinöörin toimenkuvalle. Opinnäytetyön tavoitteena on myös laatia ja koota selkeät asiakirjat, joiden avulla asukasmuutostöiden hallinta on selkeämpää. Näiden avulla saadaan myös parannettua asukasmuutostöihin olennaisesti liittyvää asiakaspolkua. Opinnäytetyössä tutkitaan tämänhetkistä asukasmuutostyöprosessia ja pyritään löytämään kehitysmahdollisuuksia Peab Oy:n muiden yksiköiden toimintatapojen pohjalta. Asiakaspalvelun merkitys tämän päivän rakentamisessa on olennainen osa rakennuskonsernin imagoa.

1.2 Tutkimuksen rajaukset

Muutostöiden hallinnoiminen on erittäin iso osa asiakaspalvelua. Työn tekeminen vaatii tekijältään asiakaspalvelualttiutta. Tänä päivänä kilpailu asuntomyyntissä on kovaa, ja asiakkaat ovat laatu tietoisia toivomistaan asumisratkaisuista. On ensiarvoisen tärkeää pitää asiakassuhteet hyvässä kunnossa ja kuunnella asunnon ostajien toiveita. Asiakkaan palvelupolun on oltava ehyt ja kokonaisvaltainen asiakkaan ostoharkinnasta aina takuukorjauksiin saakka. Helposti unohdetaan, että asiakas on liiketoiminnan keskiössä, vaikka asiakas on lopulta se, joka maksaa kaikkien yrityksen palveluksessa olevien pal-

kat. Tämän vuoksi asiakaspalvelun kehittäminen tulee ottaa investointina, ei vain kustannusten kuluina. Opinnäytetyön tutkimuksen ensimmäisessä osuudessa syvennyttään asiakaspalveluun. Asiakaspalvelun merkitys on isossa asemassa asukasmuutostöiden hallinnassa. Tutkimuksen toisessa osuudessa käsitellään asukasmuutostöitä.

Asiakaspalveluinsinöörin työnkuva on monipuolinen ja sidosryhmät laajat. Asiakaspalveluinsinööri tekee lähes päivittäin yhteistyötä mm. asuntomyyjän, työmaan, työpäällikön, hankintapäällikön, hankekehityspäällikön, urakoitsijoiden, arkkitehdin, LVIS- ja rakennesuunnittelijoiden, tavarantoimittajien sekä ennen kaikkea asiakkaiden kanssa. Yhteistyökumppaneita on siis monia, joten kommunikointi- ja tiedonvälitystapojen on oltava mahdollisimman selkeitä.

Asunnon ostajalle laaditaan kattava määrä materiaalia, joiden avulla asukasmuutostöiden teko on asiakkaalle vaivattomampaa. Myös työmaan, urakoitsijoiden ja suunnittelijoiden välinen yhteistyö vaatii selkeitä asiakirjoja, joiden avulla tiedonvälitys tapahtuu virheettömästi työmaan työntekijälle saakka. Näiden asiakirjojen päivittäminen ja uusien toimintatapojen kehittäminen on myös osa opinnäytetyötä.

1.3 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus

Työssä tutkitaan Peab Oy:n eri yksiköiden toimintatapoja asukasmuutostöiden koordinoimiseen. Opinnäytetyössä selvitettiin, millaisia toimintatapoja yrityksellä on aiemmin ollut ja miten niitä tulisi kehittää. Tutkimusosuudessa kerätään palautetta aiemmista toimintatavoista niin aliurakoitsijoilta, Peab Oy:n muiden yksiköiden asiakaspalveluinsinööreiltä kuin myös Peab Oy Turun yksikön henkilökunnaltakin. Tutkimuksen tuloksena syntyneistä toimintatavoista on myös saatu jo palautetta. Tutkimustulosten avulla asukasmuutostöiden hallintaa pystytään kehittämään ja muokkaamaan toimintaa tehokkaammaksi. Myös asiakaspalautteen kerääminen ja sen hyödyntäminen opinnäytetyössä on avainasemassa.

2 ASIAKASLÄHTÖISYYS

Kilpailijoita parempi asiakaspalvelu on tapa erottua markkinoilla ja tuottaa asiakkaalle lisäarvoa. Hyvän asiakaspalvelun merkitys korostuu aloilla, joissa toimintatavat tai tuotteet sellaisinaan ovat hyvin samanlaisia. Jo liikeideassa tulee määritellä, minkä asteiseen palveluun pyritään ja miten palvelua käytetään kilpailukeinona. (Bergström & Leppänen 2009, 180.)

Asiakaspalvelu on toimintaa, jonka tarkoituksena on auttaa ja opastaa asiakasta. Asiakaspalveluun vaikuttavat monet yrityksen sisäiset ja ulkoiset tekijät. Asiakaspalvelun kokonaisvaltainen kehittäminen edellyttää palvelukonseptin huolellista suunnittelua ja testaamista. Palvelukonseptissa määritellään, ketä palvellaan, kuinka paljon palvelua tarjotaan, millä tavoin palvellaan ja miten palvelu tuottaa arvoa asiakkaalle. Kun asiakaspalvelua suunnitellaan, on otettava huomioon sekä palveltavat asiakkaat että omat resurssit. Jos asiakaspalvelua halutaan käyttää kilpailukeinona, on tunnettava kilpailijoiden tavat palvella asiakkaita ja erotuttava kilpailijoista positiivisella tavalla. Tämä ei tarkoita sitä, että kaikki asiakaspalvelun käytännöt olisivat parempia kuin kilpailijoilla, vaan että asiakkaat kokevat saavansa tilanteeseen sopivaa ja heille arvokasta palvelua enemmän kuin kilpailijoilta. (Bergström & Leppänen 2009, 180–181.)

Jotta yritys voisi parantaa kilpailukykyään, yhä useammat yritykset panostavat palveluun. Tämä johtuu siitä, että muut kilpailukeinot ovat sellaisia, joita kilpailijoiden on helppo jäljitellä. Henkilöstön palveluosaaminen on sitä vastoin kilpailukeino, joka on hankalasti kopioitavissa. Palvelun avulla yksinkertainenkin tuote voi muotoutua elämykseksi asiakkaan mielessä. Yritys, jonka henkilökunta tuntee tuotteensa, on vuorovaikutustaitoinen, palvelualtis ja joustava. Yritys saa etua lisäksi siitä, että tyytyväiset asiakkaat puhuvat yrityksen puolesta. (Flink ym. 2015, 67.)

2.1 Asiakaslähtöisyys ja asiakastyöskentelyn lähtökohdat

Tuloksellinen yritystoiminta on monen osan yhteissumma. Jos yksi osa pettää, pettää yleensä myös kokonaisuus. Kun myynti myy jotakin, mitä tuotanto ei pysty tai ehdi tekemään, on lopputulos varsin selvä. Vaikka monessa yrityksessä on käytössä laatujärjestelmä, saattaa prosessien kuvauksissa olla puutteita mm. eri prosessien välisistä yhteyksistä. Näin sisäiset rajapinnat eri prosessien välillä monesti unohtuvat, ja lopputulos on

sen mukainen; lupaukset eivät pidä, tieto ei kulje ja aikataulut pettävät. Mitä paremmin eri asiat, toiminnot ja prosessit on yhdessä sovittu, sitä saumattomampaa yrityksen toiminta on. (Selin & Selin 2013, 95.)

Asiakastyöskentelyyn ja asiakkuuksien hallintaan liittyvät mm. seuraavat asiat:

- asiakastuntemuksen kehittäminen
- asiakassuhteiden uudenlainen kehittäminen
- asiakkaiden toimintaprosessin syvempi ymmärrys
- asiakkaiden ottaminen muukaan oman yrityksen kehittämistyöhön
- henkilöstön sitouttaminen sovittuihin toimintamalleihin. (Selin & Selin 2013, 96–97.)

Kun nämä toiminnot ovat kunnossa, on seurauksena varsin luontevasti mm. asiakaspalvelun tason koheneminen, asiakassuhteiden syveneminen, todellisiin asiakastarpeisiin perustuva toiminta ja kaiken kaikkiaan onnistunut asiakastyöskentely kaikilla tasoilla (Selin & Selin 2013, 96–97).

Kun liiketoiminnan strategiset päätökset on rakennettu vankasti asiakaslähtöisiksi, on tärkeää rakentaa asiakaslähtöinen ajattelu luontevaksi tavaksi ajatella ja toimia koko yrityksessä ja organisaation kaikilla tasoilla. Tämä tarkoittaa asiakasajattelun ja strategiasta johdetun liiketoimintamallin maastouttamista käytännön tasolle, jotta koko henkilöstö ymmärtää oman roolinsa asiakastyöskentelyssä. Usein ongelmana on, että päätökset ja tehtävät muutokset jäävät jokaisen henkilöstön jäsenen tulkittavaksi parhaalla mahdollisella tavalla ilman, että niitä käytäisiin yhdessä läpi ja sovittaisiin toimintamalleista yhteisesti. Tällöin toiminta muuttuu usein vaihtelevaksi ja laatu epätasaiseksi. (Selin & Selin 2013, 97.)

2.2 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyyttä muodostuu, mikäli kokemukset ovat vähintään yhtä hyviä kuin odotukset. Ilman hyvää lupausta ei erinomaistakaan palvelua saada myydyksi. Palvelun pitää ylittää asiakkaan odotukset. Tätä kutsutaan niin sanotuksi *odotus-tyytyväisyysristiriidaksi*. Vaatimaton mielikuva hankaloittaa myyntiä ja kilpailijoiden voittamista. Mielikuvan nostaminen taas tuottaa paineita asiakastyytyväisyyden varmistamiseen. Odotukset voivat olla epärealistisia, varsinkin kun ne perustuvat henkilöiden omaan kokemus- tai

arvomaailmaan. Tällöin niitä ei ole mahdollista toteuttaa täysmääräisesti tai ollenkaan. Yrityksen tulee tehdä valinta, mihin ihanneodotuksien tarpeisiin se kykenee parhaiten vastaamaan, ja näin ollen rakentaa niistä kilpailuedun. Tällöin yrityksen tulee painottaa toiminnassaan näitä ominaisuuksia. Siten yrityksen tulee tehdä johtopäätöksiä seuraavista seikoista:

- Kuinka hyvin ihanneodotukset voidaan täyttää?
- Mitkä toiveista voidaan tehdä kilpailijoita paremmaksi?
- Mitkä ovat ne minimiodotukset, jotka ovat ostamisen edellytyksenä?
- Miten nämä voidaan toteuttaa mahdollisimman kannattavasti? (Kiiras & Tammi-lehto 2014, 92.)

Asiakastyytyväisyyttä seurataan yleensä jatkuvasti, jotta tyytyväisyyden kehitys nähdään pitemmällä tähtäimellä ja osataan ajoissa kehittää uusia tuotteita ja palvelutapoja. Tyytyväisyysseuranta hälyttää, jos jokin ei toimi. Yritys voi silloin reagoida nopeasti, eikä asiakkaita menetetä. Asiakassuhdemarkkinoinnin ydin onkin jatkuva asiakaspalaute. Asiakaspalautetta seurataan mm.

- spontaanin palautteen avulla
- tyytyväisyystutkimusten avulla
- suosittelemäärän perusteella. (Bergström & Leppänen 2009, 484.)

Spontaani palaute tarkoittaa asiakkailta tulevia kiitoksia, moitteita, valituksia, toiveita ja kehittämisideoita. Yrityksen on houkuteltava asiakkaita antamaan palautetta ja tehtävä se mahdollisimman helpoksi. Palautekanavia tulee olla useita. (Bergström & Leppänen 2009, 484.)

Tyytyväisyystutkimukset kohdistetaan yrityksen nykyiseen asiakaskuntaan, ja niissä selvitetään yrityksen ja tuotteiden toimivuus suhteessa asiakkaan odotuksiin, ei suhteessa kilpailijoihin. Kokemusten lisäksi pitäisi siis mitata asiakkaan odotuksia ja niiden toteutumista. Usein toistuva ostaminen ei aina kerro tyytyväisyydestä; asiakas saattaa ostaa tuotetta siksi, että parempaa ei ole saatavilla tai hän ei tiedä vaihtoehtoista. Tällaisessa tilanteessa asiakas ei olekaan varsinaisesti sitoutunut yritykseen vaan voi siirtyä toiseen vaihtoehtoon heti, kun sellainen tulee sopivasti tarjolle. (Bergström & Leppänen 2009, 484–485.)

Tyytyväisyystutkimuksilla mitataan kokonaistyytyväisyyttä ja tyytyväisyyttä osa-alueittain. Tutkimuksella voidaan mitata tyytyväisyyden astetta ja luokitella eri asiakasryhmien

sisällä olevat asiakkaat sen perusteella. Tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä aiheuttavat tekijät voidaan ryhmitellä esimerkiksi seuraavasti:

- tyytyväisyys henkilökontakteihin (asiakaspalvelijan/myyjän saavutettavuus, asiantuntemus ja palvelutapa)
- tyytyväisyys tuotteeseen
- tyytyväisyys tukijärjestelmiin (internetsivut, laskutuksen toiminta, takuu ja huolto)
- tyytyväisyys palveluympäristöön (selkeys, siisteys, saavutettavuus ja turvallisuus). (Bergström & Leppänen 2009, 485.)

Tyytyväisyysasteita kiinnostavimpia ovat ääriryhmät eli erittäin tyytyväiset ja erittäin tyytymättömät asiakkaat seuraavista syistä:

Erittäin tyytymättömät asiakkaat lopettavat asiakassuhteensa yleensä nopeasti, kertovat monille tyytymättömyydestä mutta eivät välttämättä valita yritykselle suoraan. Erittäin tyytyväiset asiakkaat antavat herkästi palautetta ja kertovat poikkeavan hyvistä palvelusta muille. Tämän palautteen saaminen on tärkeää, jotta yritys osaisi säilyttää asiakkaiden hyväksi kokemat ja arvostamat tuotteet, palvelutavat ja henkilöstön. On tärkeää, että tyytyväisyyden seurantaan on valittu luotettavat mittarit ja että tutkimus toistetaan samoilla mittareilla riittävän usein, jotta tuloksia ja kehitystä voidaan vertailla. (Bergström & Leppänen 2009, 486.)

Oppiminen on luonnollinen osa asiakassuhteiden seurantaa ja kehittämistä. Yrityksen tulisi oppia edellä mainittujen mittausten tuloksista ja asiakaspalautteesta sekä kehittää asiakassuhdemarkkinointia jatkuvasti. Aina on tyytymättömiä asiakkaita, ja heiltä voi saada hyviä kehittämisehdotuksia. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kaikki tehdään asiakkaan ehdoilla, vaan yritys ja markkinoija toimivat asiakassuhteissa ohjaajan roolissa. (Bergström & Leppänen 2009, 492.)

2.3 Asiakastyöskentelyn suunnittelu

Asiakastyöskentelyn kehittämisessä on ensiksi perehdyttävä erilaisten asiakkaiden palvelutarpeisiin ja odotuksiin sekä ennakoitava erilaiset palvelutilanteet. Yrityksen palvelulupauksen tulisi olla realistinen; asiakkaille ei saa markkinoinnissa luvata parempaa palvelua kuin mitä on mahdollista käytännössä toteuttaa. (Bergström & Leppänen 2009, 182.)

Teoriassa jokaista asiakasta tulisi palvella aina yksilöllisesti ja tilanteen mukaan joustavasti. Käytännössä kuitenkin jo kustannussyistä on usein järkevää pyrkiä ryhmittelemään palveltavat asiakkaat tarveryhmittäin. Palvelutilanteissa olisi esimerkiksi tärkeää tunnistaa ensimmäistä kertaa palvelua käyttävät asiakkaat, sillä he tarvitsevat tavallista enemmän opastusta, apua ja tietoa. Henkilökohtaisen, räätälöidyn palvelun merkitys on suuri ihmiskeskeisissä palveluissa. (Bergström & Leppänen 2009, 182.)

Palvelutilannetta voidaan tarkastella myös sen mukaan, mikä on palvelun tarkoitus. Asiakas voi tarvita lisätietoa ostopäätöstä varten. Ostotilanne on aina asiakaspalvelutilanne. Asiakkaalla voi olla tarve hankkia ostamaansa tuotteeseen jotain lisävarusteita. Asiakas voi olla myös tyytymätön ostamaansa tuotteeseen tai palveluun ja haluaa antaa palautetta tai saada hyvitystä. Palvelukonseptissa ja -prosessissa tulisi huomioida nämä erilaiset palvelutilanteet ja pyrkiä tarjoamaan ratkaisumalli eri tilanteisiin erilaisille asiakasryhmille. Eri asiakasryhmillä on omia tarpeita ja toiveita tilojen, tuotteiden ja palvelun suhteen, ja nämä tulisi ottaa huomioon palvelun suunnittelussa. (Bergström & Leppänen 2009, 183.)

Myönteisten elämysten ja kokemusten luominen on tänä päivänä asiakasohjelmissa tärkeää. Elämyksellisyys ja kokemuksellisuus perustuvat viiteen asiaan:

1. Aistit: Aistien välityksellä asiakkaalle voidaan tuottaa esteettistä mielihyvää. Kun mielihyvä syntyy, siirrytään aisteista tunnetasolle.
2. Tunne: Kun asiakas kokee myönteisiä tunteita erilaisissa tilanteissa, hän on usein myös valmis tekemään myönteisiä päätöksiä. On siis hyvä miettiä, miten asiakkaassa herätetään oikeanlainen tunne.
3. Ajattelu: Asiakasta voi lähestyä myös ajattelun tasolla ja auttaa häntä oivaltaamaan asioita uudella tavalla. Asiakas ajattelee sekä järkipäisesti että luovasti asioista kokemuksiinsa nojautuen. Jotta ajattelua voidaan avata, on asiakastilanteissa hyvä muistaa tietty yllätyksellisyys sekä uteliaisuuden herättäminen. Kun uusi ajatus syntyy, muuttuvat myös usein asiakkaan arvot, asenteet ja uskomukset.
4. Toiminta: Kun uusi tapa ajatella on syntynyt, johtaa se yleensä myös erilaiseen tapaan toimia. Asiakaskin ryhtyy tekemään ja käyttäytymään uudella tavalla.
5. Merkitys ja kytkennät: kun kaikki edellä mainitut kohdat ovat paikoillaan, johtaa se automaattisesti myös merkityksen hakemiseen ja sosiaaliin kytkentöihin asiakkaan mielessä. (Selin & Selin 2013, 140–142.)

Kaikki viisi kohtaa ovat tärkeitä ja johtavat asiakastuntemuksen alkulähteille. Mitä paremmin tuntee kohderyhmän ajatukset, toiveet ja tarpeet, sitä paremmin voi vaikuttaa ja auttaa asiakkaita tekemään päätöksiä ja luoda asiakasuskollisuutta. (Selin & Selin 2013, 140–142.)

Kilpailukyvyn rakentamisen kannalta on yrityksen syytä luoda prosessit, joiden avulla koko tarjonta toimitetaan asiakkaalle. Prosessia kannattaa ajatella ”putkena”, jonka alkupäästä lähtee potentiaalinen asiakas ja hän tulee toisesta päästä ulos ns. avainasiakkaana. (Selin & Selin 2013, 140–142.)



Kuva 1. Asiakassuhteen kehittyminen (Selin & Selin 2013, 142).

Jos asiakas on kerran ostanut, se ei takaa, että hän ostaa automaattisesti uudelleen. Siksi mm. jälkimarkkinointi on tärkeää syvemmän asiakassuhteen luomiseksi. Jos taas potentiaalinen asiakas jätetään hoitamatta kunnolla loppuun, ei hänestä todennäköisesti tule lainkaan asiakasta. (Selin & Selin 2013, 142–143.)

2.4 Asiakasrajapinta

Käsite *asiakasrajapinta* tarkoittaa kaikkia niitä yrityksen toimintoja, joiden kautta ollaan yhteydessä asiakkaaseen joko suoraan tai välillisesti. Kun ihminen tai viesti kohtaa asiakkaan, ollaan mitä suurimmassa määrin asiakasrajapinnassa. Jokainen kohtaaminen on siten ensiarvoisen tärkeä. Kohtaaminen koostuu monesta tekijästä. Kun kaikki tekijät sujuvat ja osuvat kohdalleen, syntyy hyvä yhteisymmärrys. Asiakaskohtaamisen tärkeitä elementtejä ovat

- omat asenteet ja uskomukset
- oma ennakkokäsitys ja -ajatus
- sanavalinnat

- oma ajankäyttö
- läsnäolo tilanteessa. (Selin & Selin 2005, 161.)

Kaikelle tällä rakennetaan luottamusta, jotta hyvä vuorovaikutus ja asiakassuhde olisivat ylipäättään mahdollisia (Selin & Selin 2005, 161).

Asiakasrajapintatyöskentely olisi mielletävä koko yritystä koskevaksi toimintatavaksi. Kyseessä on entistä enemmän kumppanuuden luominen ja ylläpitäminen sekä asiakastytyväisyyden ja vielä vahvemmin asiakasuskollisuuden varmistaminen. Asiakasrajapintojen hallintaan liittyvät mm. seuraavat asiat:

- asiakastuntemuksen kehittäminen
- asiakassuhteiden uudenlainen kehittäminen
- asiakkaiden toimintaprosessien syvempi ymmärrys
- asiakkaiden ottaminen mukaan oman yrityksen kehittämistyöhön
- henkilöstön sitouttaminen sovittuihin toimintamalleihin
- teknologian hyödyntäminen monipuolisesti tietojärjestelmän pohjalla. (Selin & Selin 2005, 89.)

Kun nämä toiminnot ovat kunnossa, on seurauksena varsin luontevasti mm. asiakaspalvelun tason koheneminen, asiakassuhteiden syveneminen, todellisiin asiakastarpeisiin perustuva toiminta ja kaiken kaikkiaan onnistunut asiakasrajapintatyöskentely (Selin & Selin 2005, 88–89).

Koska tieto ja tiedonhallinta muodostavat yhden keskeisimmistä toimintaprosesseista, myös tietojärjestelmien toimivuuteen on syytä kiinnittää huomiota. Asiakasrajapinnoilla toimivat järjestelmät voidaan jakaa kolmeen ryhmään: markkinoinnin, myynnin ja asiakaspalvelun tietojärjestelmään. (Selin & Selin 2005, 116.)

Markkinoinnin järjestelmien tarkoituksena on tunnistaa asiakkaat ja kohdistaa oikealle kohderyhmälle oikeanlaista informaatiota ja markkinointia. Tärkeän pohjan markkinoinnin järjestelmille luovat juuri eri kohderyhmien erityispiirteet, tarpeet ja toiveet, jotta asiakassuhdetoimintaa voidaan kohdistaa oikein. Toimivalla markkinoinnin järjestelmällä voidaan myös käytännössä operoida monikanavaisessa ympäristössä ja siten palvella monipuolisesti eri kohderyhmiä. (Selin & Selin 2005, 116.)

Myyntin tietojärjestelmien tarkoituksena on tukea myyntityötä asiakkuusprosessin eri vaiheissa. Myyntihenkilöstö tarvitsee myös runsaasti tietoa kohderyhmistä ja näiden ostotottumuksista, ostopäätöksiin vaikuttavista tekijöistä sekä ostoprosessiin liittyvistä yksityiskohdista. Myyntin tulee myös huomioida mm. asiakaspalautteet, jolloin ne voidaan muistaa markkinoinnissa, toiminnassa sekä kehitystoiminnassa. Myyntin järjestelmillä voidaan myös auttaa asiakasta toimimaan ja asioimaan omatoimisesti eri kanavien kautta. (Selin & Selin 2005, 116–117.)

Asiakaspalvelun sujuvuus on myös tärkeää, joten myös kyseisillä järjestelmillä on selkeä olemassaolon peruste. Toimivilla asiakaspalvelujärjestelmillä voidaan lujittaa asiakasuskollisuutta ja varmistaa palvelun haluttu laatutaso. Asiakkaat voivat myös osallistua palveluprosessiin esimerkiksi niin, että heidän on mahdollista itse seurata palvelutapahtuman etenemistä internetin välityksellä. (Selin & Selin 2005, 117.)

Asiakasrajapintatyöskentely on vuorovaikutusta ja ihmisiin vaikuttamista. Tällöin ratkaisevia tekijöitä ovat mm. henkilön olemus, sanavalinnat, tilanneherkkyys, asiakkaan auttaminen päätöksenteossa ja kiinnostus asiakkaaseen. Palveluhenkisellä ihmisellä on monia taitoja, joita hän taitavasti toteuttaa asiakastilanteissa. Kaikella tekemisellään ja sanomisellaan hän lujittaa asiakkaan luottamusta ja sitä kautta myös asiakasuskollisuutta. (Selin & Selin 2005, 168.)

2.5 Asiakas markkinoinnin lähtökohtana

Markkinointiin kuuluu yksinkertaisimmillaan neljä markkinoinnin kilpailukeinoa; tuote, hinta, paikka ja markkinointiviestintä. Insinööritieteissä markkinoinniksi on perinteisesti kutsuttu vain sen yhtä osaa eli markkinointiviestintää. Tuote on kiinteistön käyttötarkoitus, joka eritellään mm. laatutasolla ja brändillä. Laatutaso käsittää kohteen ominaisuudet, vaihtoehdot ja tyylit, viitaten varuste- ja viimeistelytasoon, pohjaratkaisuun ja arkkitehtuuriin. Brändi taas sisältää kehittäjän maineen ja alueen imagon, ehkä laatuluokan ja ympäristöluokankin. Klassinen markkinointiviestintä tarkoittaa jakelutietä tai saavutettavuutta. Paikka on tärkeä tuoteominaisuus ja jo sinänsä mahdollinen jakelutie. Hinta käsittää perushinnan lisäksi vaihtoehtojen räätälöinnin tai korotetun laatutason kustannukset. Markkinointiviestintä viittaa ilmoitteluun, mainostamiseen ja myyntiin. Yhdessä kaikki muodostavat markkinointikonseptin. (Kiiras & Tammilehto 2014, 87–88.)

Markkinointi perustuu lähtökohtaan, että ihminen on aina ostajana. Erityisesti asiakkaan ensiosto perustuu aina puhtaasti mielikuvaan. Markkinoinnin osaaminen ei siis liity tuotteisiin vaan asiakassegmentteihin. Markkinoinnin tulee ajatella kaikkea tekemistään kohderyhmän eli segmentin näkökulmasta. Markkinoinnissa tulee rakentaa kohteelle imago, mielikuva ja alueelle tai yritykselle brändi. Kohde tulee tehdä houkuttelevaksi verrattuna kilpailijoihin, eli se pitää differoida. Kohteita erottelevat ominaisuudet ovat nimenomaan mielikuvatekijöitä. Ostettu on ostajan mielestä parempi, kauniimpi ja haluttavampi. (Kiiras & Tammilehto 2014, 88.)

Markkinointi voidaan erottaa kahteen osaan: ajattelutapaan ja toimintatapaan. Ajattelutavassa on tärkeää löytää asiakkaiden tarpeet ja toiveet sekä suunnitella kilpailukeinot niitä vastaaviksi. Ajattelutapaan liittyvät myös toimenpiteet, joilla pyritään selviämään kilpailusta muulla tavalla kuin esimerkiksi kustannussäästöillä. Yrityksen ja sen toiminnan pitää differoitua asiakkaiden silmissä houkuttelevammaksi, asiantuntevammaksi, luotettavammaksi jne. kuin kilpailijansa. Tällöin yritys voi kilpailla muullakin kuin hinnalla. Toimintatavat ovat päätöksiä, joita tehdään kohderyhmien ja differoinnin perusteella. Tällöin yrityksen tulee päättää tarjoamat tuotteet, hinnat, saatavuus sekä markkinointiviestintä. Yhä useammin myös ihmiset vaikuttavat ostajiin sekä tuotteen haluttavuuteen. (Kiiras & Tammilehto 2014, 88–89.)

3 ASUKASMUUTOSTYÖT RAKENNUSURAKASSA

3.1 Lisä- ja muutostyöt

Lisä- ja muutostyö voidaan määritellä suoritukseksi, joka lisää, muuttaa tai vähentää jossain suhteessa urakoitsijan suoritusvelvollisuuteen kuuluvaa työntulosta (Laine 2005, 7). Lisätyö on urakoitsijan suoritus, joka urakkasopimuksen mukaan ei alun perin kuulu hänen suoritusvelvollisuuteensa. Muutostyö on sopimuksen mukaisten suunnitelmien muuttamisesta aiheutuva urakoitsijan suorituksen muutos. (YSE 1998.)

Rakennusurakalle on ominaista, että suoritukset ovat alttiita häiriötekijöille. Molempien sopimuksen osapuolten intressissä on varautua siihen, että suunnitelmat muuttuvat työn suoritusvaiheessa. Vaikka suunnitelmat olisi sopimuksentekovaiheessa laadittu huolella, saattaa usein ilmaantua tarvetta tehdä lisä- ja muutostöitä. Tarve suorittaa lisä- ja muutostöitä voi ilmaantua mm. seuraavista syistä:

- sopimusasiakirjoissa on ristiriitaisuuksia
- suunnittelun lähtötiedoissa on virheellisyyksiä, joiden seurauksena urakkaa on mahdotonta suorittaa alkuperäisten suunnitelmien mukaan
- viranomaismääräykset ovat muuttuneet, jolloin urakkaa ei voida alkuperäisessä muodossaan toteuttaa
- urakoitsija on ehdottanut muutoksia
- rakennuttaja on ehdottanut muutoksia
- asunnon ostaja haluaa tehdä asunnossa muutoksia. (Laine 2005, 29–30)

Tässä työssä käsitellään lisä- ja muutostöitä, jotka ovat lähtöisin asunnon ostajan tarpeesta muuttaa huoneistoa. Jäljempänä lisä- ja muutostöitä käsitellään myös asukasmuutostöinä.

Suurin osa uusista asunnoista myydään jo rakentamisvaiheessa. Ostajalle menettely tarjoaa yleensä mahdollisuuden suunnitella sisustusta jo hyvissä ajoin ennen muuttoa ja teettää huoneistossa työmaa-aikataulujen ja mahdollisuuksien puitteissa lisä- ja muutostöitä. Näiden asukasmuutostöiden avulla asunnosta tulee värejä ja pintamateriaaleja myöten sellainen, kuin ostaja haluaa.

Kauppahintaan kuuluvat tietyt materiaalit, kalusteet ja värivaihtoehdot, joista ostaja voi valita esimerkiksi kaakelit ja keittiön kaappien ovet. Kauppahintaan sisältyvistä vaihtoehdoista on erotettava mahdollisesti tehtävät lisä- ja muutostyöt. Ne tilataan ja maksetaan erikseen. Lisä- ja muutostyömahdollisuudet kannattaa käydä myyjän kanssa läpi jo ennen kauppaa. Näin ostaja saa selville, mitkä muutokset ovat mahdollisia ja mihin mennessä niistä on sovittava. (Palviainen 2006, 12.)

Osakkeen omistajan tilaamat ja sopimat muutokset rakennusaikana ovat varsin yleisiä. Varsinkin kalliimmissa ja erikoisimmissa kohteissa saattaa olla vaikea määritellä, mikä on alkuperäistasoa ja mitkä ovat osakkeenomistajan muutoksia. Osakkeenostajat saattavat sopia lämmitysjärjestelmästä, huonejärjestelymuutoksista, erilaisista materiaaleista ja jopa lisäasennuksena asennettavista hormoneista sekä takoista. Rakennusaikana tehtävät muutokset rinnastetaan asumisaikana tehtäviin muutoksiin. Tästä seuraa useimmiten kunnossapitovastuun siirtyminen näiltä osin osakkeenomistajalle, koska muutokset poikkeavat yhtiön perustasosta. (Asunto-osakeyhtiölaki 2010, 292.) Tämän vuoksi on merkityksellistä määritellä ajankohta, joka määrää, milloin kysymys on alkuperäisestä tasosta ja milloin kysymys on muutoksesta. Myös perustamisvaiheessa tehdyt muutokset, kuten takan asentaminen rakennusvaiheessa lisätyönä, on tässä suhteessa muutos, ja tällaisen rakenteen kunnossapitovastuu kuuluu osakkaalle. (Asunto-osakeyhtiölaki 2010, 216.)

Rakennusvaiheen päättymisen jälkeen osakkeenomistajalla on myös oikeus tehdä kustannuksellaan muutoksia osakehuoneistoonsa. Ensisijaisesti muutoksia saa siis tehdä osakkeenomistajan hallitsemassa huoneistossa. Asunto-osakeyhtiölain 5. luvun 1. pykälän 1. momentin mukaan osakkaan muutostyön on oltava yhtiöjärjestyksessä määrätyn osakehuoneiston käyttötarkoituksen mukainen. Tämä tarkoittaa sitä, että yhtiön ei ole pakko antaa lupaa sellaisiin töihin, joiden johdosta huoneiston käyttötarkoitus muuttuisi toiseksi.

Jos muutos ulottuu huoneistoa rajoittavien seinien ulkopuolelle, osakkaalla ei ole oikeutta muutostöiden tekemiseen. Tällöin muutostyö vaikuttaa usein myös rakennuksen ulkonäköön. Koska parveke kuuluu myös osakehuoneistoon, myös osakkaan muutostyöoikeus koskee tällaista parvekettä siltä osin kuin muutokset eivät vaikuta muihin huoneistoihin, eli lähinnä lattiaan ja parvekeseinämän sisäpuolelle. (Asunto-osakeyhtiölaki 2010, 284.)

3.2 Käyttäjälähtöisyys rakennushankkeen hankesuunnitteluvaiheessa

Asiakkaat ja heidän tarpeensa tulee huomioida rakennusprojektissa. Asiakas voi olla käyttäjä, sijoittaja tai muu rakennuttaja-asiakas, jolla on tarvetta tilalle. Hankkeen suunnittelu ja toteutus on tehtävä aikataulussa ja budjetissa tulee pysyä. Arkkitehdin työpanos on keskeinen toiminnallisen suunnittelun, esteettisyyden, fyysisen turvallisuuden ja markkinoiden riskien kannalta. Sen lisäksi, että arkkitehtitoimisto auttaa suunnitteluratkaisun luomisessa ja hoitaa suhteita kunnan viranomaisiin, se tekee lukuisia muita työtehtäviä. Näitä ovat ehdotussuunnittelu, yleissuunnittelu ja toteutussuunnittelu. Maisemasuunnittelulla voidaan luoda kohteelle erityinen imago ja luonne. Sillä saadaan lisäksi luotua tilantuntua ja erilaisia tilatyyppejä julkisen ja yksityisen tilan välillä. (Kiiras & Tammilehto 2014, 27.)

Nykytilaa analysoitaessa tavoitteena on kartoittaa tietyn kehitysaihion vahvuudet, heikoudet, uhat ja mahdollisuudet. Tätä nykytila-analyysia kutsutaan SWOT-analyysiksi, joka tulee sen englannin kielen sanoista *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* ja *Threats*. Nykytila-analyysissä paneudutaan kohteen fyysisiin ominaisuuksiin, ympäristön sekä tontin analysointiin. Kun kohteena on asiakas, tutkitaan myös asiakkaan toiminnalliset ja sijainnilliset tarpeet. (Kiiras & Tammilehto 2014, 72.)

Yrityksen ei ole useimmiten kannattavaa pyrkiä tyydyttämään koko markkina-alueen tarpeita. Siksi yrityksen tulee määritellä markkinoilta se kohderyhmä tai kohderyhmät, joille se voi parhaiten oman osaamisen ja toimintamallin mukaisesti tarjota palveluitaan sekä tuotteitaan. Tätä kutsutaan *segmentoinniksi*, joka auttaa määrittelemään tuotteen/palvelun, hinnan, saatavuuden ja markkinointiviestinnän parhaiten kohderyhmää palvelevaksi. Lisäksi tällainen segmentointistrategia voi luoda kilpailuetua, koska yritys saavuttaa näin tunnettua ja mainetta kyseisessä segmentissä ja näin tulee valituksi helpoiten palvelun tuottajaksi. (Kiiras & Tammilehto 2014, 78.)

Markkina-analyysin perusteella voidaan päätellä, onko tavoitellulla markkinalla potentiaalista kysyntää muodostetulle tuotteelle, sekä arvioida, miten tulevaisuuden trendit vaikuttavat asiakaskunnan ostokäyttäytymiseen. Trendit liittyvät väestön, sosiokulttuurin, taloudellisten tekijöiden, teknologian, lainsäädännön tai luonnonolosuhteiden muutoksiin, jotka vaikuttavat kysyntään. Väestöön liittyviä tekijöitä ovat muun muassa väestön määrään tai väestöryhmien kokoon liittyvät muutokset. Väestöryhmiä voidaan jakaa niin sanottujen demograafisten muuttujien, kuten iän, tulojen, sukupuolen, koulutuksen ja

muiden vastaavien tarkoituksenmukaisten ominaisuuksien perusteella. Esimerkiksi väestön ikääntyminen on luonut uusia markkinoita rakennusallalle (senioritalot). Sosiokulttuurisia tekijöitä ovat elämäntyyliin ja -tapoihin liittyvät trendit, kuten kasvissyönnö tai omakotitaloasuminen. Taloudellisia tekijöitä kuvaavat tulotasojen muutokset, yleinen taloudellinen kasvu tai supistuminen, korkotaso sekä muut taloudelliset mittarit. Nämä tekijät vaikuttavat voimakkaasti kysyntään, sillä loppujen lopuksi raha on asiakkaan kysyntään vaikuttava pullonkaula. (Kiiras & Tammilehto 2014, 84.)

Teknologian kehitys vaikuttaa paljon myös kysyntään. Esimerkkejä tästä ovat matkapuhelinten, paikannuksen ja tietotekniikan kehityksen tuomat vaikutukset. Myös rakennusallalle viestintäteknologia on tuonut uusia markkinoita esimerkiksi älytaloatkaisuna, jossa kaikki laitteet on liitetty matkapuhelimeen, ja näin talon etäkontrolli on mahdollista. (Kiiras & Tammilehto 2014, 85.)

Markkina-analyysiin tarvitaan edellisten lisäksi myös tietoa asiakkaiden määrästä, markkinassa käytetyn rahan määrästä sekä myytävien ja ostettavien kohteiden määrästä tulevaisuudessa. Markkina-analyysi muodostuu markkinan kokonais- ja kasvuanalyysistä sekä suotuisten ja epäsuotuisten trendien analyyseistä. Analyysin yhteenvedon lopuksi todetaan, onko markkina kiinnostava tarkasteltavan liiketoiminnan kannalta. (Kiiras & Tammilehto 2014, 85.)

Markkina-analyysin avulla tulkittavan tiedon pohjalta hanketta on mahdollista kehittää kannattavaan suuntaan. Myös kilpailijoiden tuotteista pitää erottautua asiakkaan silmissä kiinnostavana, joten hanketta tulee differoida markkina-analyysin tietojen pohjalta houkuttelevammaksi kuin kilpailijoiden hankkeet ovat. Asiakas valitsee mieluiten tuotteen, joka on kilpailtu ja kustannuksiltaan kohtuullinen. Kun tuote tuotteistetaan, saadaan tuotantoa tehostettua. Tuotekonsepti perustuu siihen, että asiakas valitsee sellaisia tuotteita, jotka tarjoavat laadukkaimmat, suorituskykyisimmät tai edistyksellisimmät ominaisuudet juuri hänelle. Tuotteistus ei kuitenkaan automaattisesti tarkoita yritykselle paremmin myyvää tuotetta. Siihen vaikuttaa myös hinnoittelu, jakelu sekä markkinointiviestintä, kuten myynti ja mainonta. Tällöin puhutaankin koko *markkinointimixin* suuntaamista asiakkaan tarpeen mukaisesti. (Kiiras & Tammilehto 2014, 86.)

Markkinointistrategian tulisi olla dynaaminen, sillä tuotteet, markkina, viranomaisvaatimukset, kilpailutilanne ja ympäristötekijät muuttuvat koko ajan. Markkinointi on jatkuva markkina-analyysin, tuotekehityksen, myynnin suunnittelun ja markkinareaktion arvioin-

nin muodostama kiertokulku. Markkinointikonsepti perustuu siihen, että yritys on kilpailijoitaan parempi tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa. Markkinointikonseptin perusajatuksena on, että kaikki vaikuttaa kaikkeen. (Kiiras & Tammilehto 2014, 91–92.)

3.3 Lisä- ja muutostöistä sopiminen

Lisä- ja muutostöistä voidaan sopia jo kauppaa tehtäessä ja ne voidaan kirjata kauppakirjaan. Kaupan tekemisen jälkeen tilattavista töistä tehdään erillinen sopimus ja työt maksetaan sopimuksen mukaan työn valmistuttua. Lisä- ja muutostyöt sovitaan myyjän tai asiakaspalveluinsinöörin kanssa. Sopimukset ja niihin liittyvät tarjoukset tulee aina tehdä kirjallisesti. Yleensä lisä- ja muutostyötarjoukset tehdään ostajille kiinteähintaisina. Kuluttajasuojalain 8. luvun 25. §:n mukaan elinkeinoharjoittajalla ei ole velvollisuutta eritellä kiinteähintaisten palvelun hintarakennetta asiakkaalle. Kuluttajalle hinnat on ilmoitettava arvolisäverollisina. (Palviainen 2006, 12.)

Ostaja ei saa ilman eri sopimusta rakentamisvaiheessa tilata työmaalle omaa urakoitsijaansa tai materiaaleja huoneistoonsa asennettavaksi. Kun huoneisto on valmistunut ja omistusoikeus siirtynyt, voi ostaja tehdä huoneistoonsa muutoksia asunto-osakeyhtiölain asettamissa puitteissa. (Palviainen 2006, 12.)

Asunto luovutetaan ostajalle, kun rakennusvalvonta on hyväksynyt rakennuksen käyttöön ja ostajalla on ollut tilaisuus tarkastaa asuntonsa. Mikäli kauppahintaeriä tai sovituja lisä- ja muutostöitä on maksamatta, ei myyjän tarvitse luovuttaa ostajalle asunnon avaimia, ellei muuta ole sovittu. Myös osakekirjat luovutetaan vasta, kun ostaja on maksanut kauppahinnan ja sovitut valmistuneet ja erääntyneet lisä- ja muutostyöt sekä hoidatut muut kauppahinnan maksamiseen rinnastettavat kauppasopimuksen mukaiset velvoitteensa. (Palviainen 2006, 11.)

3.4 Muutostöiden tarkastaminen työmaalla

Ennen kauppakirjaan merkittyjen kahden viimeisen kauppahintaerän perimistä ostajalle on annettava tilaisuus tutustua uuteen kotiinsa. Tutustumista kutsutaan *muuttotarkastukseksi*. Myyjä ilmoittaa tarkastuksen järjestämisestä. Tarkastuksen yhteydessä ostajille annetaan yleensä kaavake, johon hän kirjaa mahdolliset puutteet ja virheet, jos niitä on näkyvissä. Jos virheitä on, ne korjataan ennen muuttoa. Asuntokauppalain mukaan

myyjä saa kuitenkin siirtää pienten asumista haittaamattomien virheiden korjaamisen vuositarkastuksen yhteyteen, joten virheiden korjaamisesta voidaan sopia tapauskohtaisesti. (Palviainen 2006, 14.)

Muuttotarkastuksen yksi tarkoitus on dokumentoida se, missä kunnossa asunto on helposti tarkastettavien pintojen osalta silloin, kun se on luovutettu ostajalle. Virheistä saa yleensä ilmoittaa vielä vuositarkastuksessa, mutta silloin muuttotarkastuksesta tehtyä dokumenttia verrataan vuositarkastuspöytäkirjaan. Tämän perusteella voidaan arvioida, onko jokin helposti havaittava pintavika tullut vuoden aikana käytössä, jolloin se onkin ostajan omalla vastuulla. (Palviainen 2006, 14.)

Vuositarkastuksen yhteydessä virheilmoitukset kerätään kaikilta asunnon ostajilta. Vuositarkastus järjestetään, kun rakennuksen käyttöönottohyväksynnästä on kulunut 12–15 kuukautta, eli noin vuoden asumisen jälkeen. Jos yhtiössä on useita rakennuksia, on tarkastus järjestettävä kunkin rakennuksen osalta aikarajojen sisällä. (Palviainen 2006, 14.)

Yleensä tarkastus järjestetään niin, että myyjä lähettää ostajille ja asuntoyhtiölle lomakkeet, joihin ilmoitukset merkitään. Lomakkeet palautetaan myyjälle. Tämän jälkeen myyjä käy katsomassa virheet, ottaa niihin kantaa ja korjaa ne. Laki edellyttää, että myyjä laatii tarkastuksesta pöytäkirjan. Pöytäkirjalle ei ole mitään erityisiä muotovaatimuksia, joten ostajan palauttama virheilmoituskaavakekin riittää pöytäkirjaksi. Pääasia on, että pöytäkirjasta ilmenevät asianosaiset ja ilmoitetut virheet. Tarkastuksen jälkeen pöytäkirja on annettava ostajalle kommentoitavaksi. Kommentointiaikaa on kolme viikkoa pöytäkirjan tiedoksisaannista. Tuona aikana pöytäkirjaa saa vielä täydentää. Kaikki havaittavissa olevat virheet on ilmoitettava vuositarkastuksessa. Vuositarkastuksen jälkeen myyjä ei enää vastaa virheenä seikasta, joka olisi ollut havaittavissa. Tarkastusmenettelyn jälkeen virheet korjataan. (Palviainen 2006, 14.)

4 RAKENNUSKONSERNIN

ASUKASMUUTOSTYÖPROSESSIN ANALYSOINTI

4.1 Tutkimusmenetelmät

Työssä tutkittiin Peab Oy:n Turun yksikön asukasmuutostyöprosessia. Vertailukohteena oli myös Peab Oy:n muiden yksiköiden toimintatavat asukasmuutostöiden koordinoimisessa. Eri yksiköiden välillä oli suuria eroja asiakaspalveluprosessin kulussa muutostöiden hoitamisessa. Opinnäytetyön tutkimusosuudessa kysellään palautteita aiemmista toimintatavoista niin työmaalta, aliurakoitsijoilta, Peab Oy:n muiden yksiköiden asiakaspalveluinsinööreiltä kuin myös Peab Oy Turun yksikön työntekijöiltäkin. Tutkimustulosten avulla asukasmuutostöiden hallintaa pystytään kehittämään ja muokkaamaan toimintaa tehokkaammaksi.

Asiakaspalautteen kerääminen ja sen hyödyntäminen opinnäytetyössä on avainasemassa. Tutkimuksessa on käytetty pohjalla spontaania palautetta, joka on saatu välittömästi asiakkailta muutostöiden hoitamisen yhteydessä. Käytössä on ollut myös KTI:n laatimat asiakastyytyväisyyskyselyt, joiden pohjalta tutkimustyötä on kehitetty eteenpäin. KTI, Kiinteistötieto Oy, on suomalaista kiinteistöalaa palveleva puolueeton asiantuntija-organisaatio, joka tuottaa informaatio- ja tutkimuspalveluja mm. rakennusyrityksille.

4.2 Kohdekonsernin asuntoliiketoiminnan kuvaus

Peab Oy on monella markkina-alueella yksi merkittävimmistä asuntorakentajista Suomessa. Peab Oy on panostanut erittäin voimakkaasti oman asuntotuotannon kehittämiseen lähtien maanhankinnasta ja päätyen valmiiden asuntojen luovutukseen ja vastuuaikaan. Omaperusteinen asuntotuotanto kattaa määrältään yli kolmanneksen Peabin kokonaisliiketoiminnasta. Tämän lisäksi Peab urakoi asuntoja kaikille merkittävälle valtakunnallisille asuntotuottajille. (Peab 2017b.)

Peab on tunnettu laadukkaasta asuntorakentamisesta ympäri Suomen. Rakennusyritys keskittyy lähinnä suuriin kasvukeskuksiin, ja sillä on omaa asuntotuotantoa kahdeksan kasvukeskuksen alueella. Parhaillaankin Peab Oy rakentaa Helsingissä, Turussa, Tampereella, Vaasassa, Seinäjoella, Jyväskylässä, Kuopiossa ja Oulussa. Asiakaslähtöisyys

ja laadukas asuminen ovat Peab Oy:lle asuntorakentamisen ykköstavoitteet. (Peab 2017c.)

Peab Oy:n toiminnan perustana toimivat arvot – kehittyvä, käytännönläheinen, henkilökohtainen ja luotettava:

Kehittyvä

Peabin toiminta on innovatiivista ja joustavaa. Yritys pyrkii jatkuvasti kehittämään omia toimintatapojaan. Peab hyödyntää oman henkilöstön osaamista ja tarjoaa mahdollisuuden ammatilliseen kehittymiseen, koulutukseen ja työhyvinvointiin. Henkilöstön sitoutuminen sekä osallistuminen yhtiön toimintatapojen ja oman työn kehittämiseen on yritykselle tärkeää. (Peab 2017a.)

Henkilökohtainen

Peab Oy pyrkii rakentamaan pitkäaikaista, rehellisyyteen ja luotettavuuteen perustuvaa yhteistyötä asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden ja henkilöstön kanssa. Työtehtävien, perheen ja vapaa-ajan yhteensovittaminen on yritykselle tärkeää. Peab Oy haluaa luoda työpaikan, jossa on hyvä ilmapiiri ja yksilöä kunnioitetaan. (Peab 2017a.)

Käytännönläheinen

Peab Oy haluaa toimia lähellä asiakasta. Yritys arvioi huolellisesti toimeksiannon ja tarvittavat resurssit onnistuneen lopputuloksen saavuttamiseksi. Peab Oy haluaa, että yritys tunnetaan asiakkaan tarpeiden ymmärtämisestä, ripeästä päätöksenteosta ja käytännönläheisistä toimintatavoista. (Peab 2017a.)

Luotettava

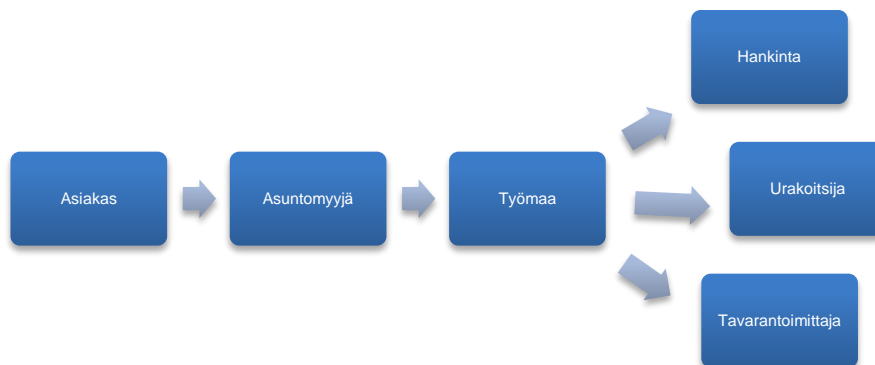
Asiakkaiden luottamus on toiminnan perusta, ja yritys noudattaa aina hyvää liiketoimintatapaa. Yrityksen henkilökunta on ammattitaitoista, työt tehdään alusta asti huolella ja sovituissa aikatauluissa pysytään. Ympäristön kannalta järkevät valinnat ovat etusijalla ja yrityksessä tehdään elinkaaren kestäviä ratkaisuja. (Peab 2017a.)

Peab Oy:n arvot ovat tärkeitä työntekijöille sekä myös asiakkaille, sillä arvoihin sisältyy paljon hyvän asiakaskokemuksen takaavaa toimintatapaa. Näiden edellä mainittujen arvojen pohjalta määräytyy asukasmuutostyöprosessin kehittäminen ja arvojen mukainen toiminta.

4.3 Esiselvitysvaihe – Peab Oy:n asukasmuutostyöprosessin kuvaus

Asukasmuutostöille ei ole aiemmin Peab Oy:n Turun yksikössä ollut erillistä työntekijää. Asukkaiden toivomat lisä- ja muutostyöt on hoidettu työmaan ja asuntomyyjän välillä. Tässä toimintatavassa on esiintynyt haasteita, ja jatkossa toiminnan kasvaessa Turun yksikössä halutaan panostaa asukasmuutosten hallintaan. Peab Oy:n muiden yksiköiden asukasmuutoksista vastaa yksiköiden asiakaspalveluinsinöörit. Jatkossa myös Turussa tullaan toimimaan vastaavalla asiakaspalveluinsinöörin toimenkuvalla.

Turun yksikön asukasmuutostöiden hallinnoimisessa suurin haaste on ollut asukasmuutostöistä vastaavan työntekijän puuttuminen. Aiemmin asunnon ostajien materiaalivalinnat on hoidettu asuntomyyjän toimesta. Tarjousten sekä muutostöiden mahdollisuuksien selvittäminen on kuitenkin jäänyt pääasiassa työmaan tai hankinnan selvittäväksi. Tätä työtaakkaa halutaan nyt keventää työmaan resursseista sekä samalla parantaa asiakas-kontakteja ja selkeyttää asiakaspolun kulkua (kuva 2).



Kuva 2. Asukasmuutostöiden kulku aiemmin Turun yksikössä.

4.3.1 Asunnon ostaminen ja materiaalivalinnat

Ennen asunnon ostamista asiakkailla on mahdollisuus tutustua asunnon hintaan sisältyviin materiaalivalintoihin. Asunnon hintaan sisältyviä materiaaleja ja varusteita kutsutaan *vakiomateriaaleiksi*. Jos asunnon ostaja valitsee ainoastaan vakiomateriaaleja, hänelle ei tule lisäkustannuksia. Vakiomateriaalit rakennettaviin kohteisiin on aiemmin valinnut Turun yksikön asuntomyyjä.

Materiaalivaihtoehtoja on vaihtelevasti kohteesta riippuen. Viimeistään asunnon oston yhteydessä asiakkaille kerrotaan asuntokaupan hintaan sisältyvistä sisustus- ja materiaalivaihtoehtoista. Aiemmin asuntokaupan yhteydessä asuntomyyjä on esittänyt asiakkaille asunnon hintaan kuuluvat materiaalit, kalusteet ja varusteet joko materiaalmallien tai esitteiden avulla. Kyseisistä materiaaleista asunnon ostaja on saanut valita mieleisensä. Usein tässä vaiheessa asukkaat ovat tehneet myös toiveensa mahdollisista muutostöistä. Valittavia materiaaleja ovat yleensä mm. lattiamateriaalit, seinä- ja lattialaatat, kiintokalusteiden kalusteovet sekä keittiöiden työtasot.

4.3.2 Muutostöiden toteutusmahdollisuus, muutostyötarjous ja urakoitsijayhteistyö

Selvitys muutostöiden toteuttamisen mahdollisuudesta on tapahtunut aiemmin työmaan toimesta. Myös muutostyökustannusten laskeminen on tapahtunut työmaan tai hankinnan toimesta. Työmaa on selvittänyt mahdollisten muutosten toteutusmahdollisuuden, laskenut muutostyölle hinnan sekä toimittanut tarjouksen asuntomyyjälle. Asuntomyyjä on toimittanut tarjouksen tämän jälkeen asunnon ostajalle. Jos asiakkaalla on ilmennyt tarjouksen saatuaan lisäkysymyksiä, hän on esittänyt kysymykset asuntomyyjälle, ja asuntomyyjä on ollut yhteydessä työmaahan.

Yhteistyö urakoitsijoihin muutostöiden osalta on luonnollisesti tapahtunut myös työmaan puolesta. Asuntomyyjä on esittänyt asiakkaan toivomat muutostyötoiveet työmaan henkilökunnalle, joista työmaa on tiedustellut toteutusmahdollisuuksia ja kustannuksia erikseen urakoitsijoilta tai materiaalityöntekijöiltä. Toimintatavan haasteena on ollut joissain tapauksissa riittämätön tiedonkulku tai asioiden väärinymmärrys. Kun asuntomyyjä ei ole ollut suoraan yhteydessä urakoitsijoihin, informaation katkeamisen mahdollisuus on ollut suurempi. On ollut myös mahdollista, että urakoitsijalle saakka ei kulkeudu informaatio asiakkaan toivomasta muutostyöstä tarpeeksi ajoissa.

Aktiivista palaverikäytäntöä ei ole aiemmin ollut muutostöiden hoitamisessa. Asuntomyyjä on ollut aina tarvittaessa yhteydessä työmaan toimihenkilöihin, eikä hän ole osallistunut järjestettäviin palavereihin, kuten esimerkiksi työmaakokouksiin.

Jatkossa Turun yksikössä asiakaspalveluinsinööri, eli muutostöistä vastaava henkilö, on suoraan yhteydessä asunnon ostajiin sekä vastaa heidän kysymyksiinsä muutostöiden toteutusmahdollisuuksista ja kustannuksista.

4.3.3 Viestintä muutostöissä

Turun yksikössä muutostöiden hallintaan ei ole ollut varsinaisia työkaluja. Informaation kulku on ollut heikkoa, ja viestintä muutostöistä on ollut vähäistä. Muutostöiden hoitaminen on ollut melko sekavaa eikä selkeitä kohteja muutostöiden määristä ole laadittu. Tarjouksia ja tilauksia on ollut aiemmin vaikea löytää jälkeensä, sillä osa tilauksista on saattanut olla yhden työntekijän varassa esimerkiksi henkilön sähköpostissa. Tällainen toimintatapa on aiheuttanut haasteita muutostöiden koordinoimiseen ja niiden järjestelmällisyyteen. Muutostyötarjouksia on lähetetty sähköpostilla ja postitse. Käytössä ei ole ollut yhteistä verkkoasemaa tai projektipankkia, josta kaikki osapuolet pystyisivät tarvittaessa tarkistamaan muutostyötilaukset.

Turun yksikön asuntoliiketoiminta on ollut pienimuotoisempaa, mutta jatkossa toiminnan kasvaessa muutostöiden hallintaan halutaan panostaa enemmän. Viestinnän merkitys myös asiakkaiden suuntaan on avainasemassa hyvän asiakaspolun ylläpitämiseksi. Turun yksikössä asiakkaiden muutostöihin liittyvästä viestinnästä on aiemmin huolehtinut asuntomyyjä.

4.3.4 Valvonta työmaalla ja asukasmuutostarkastukset

Asukasmuutostöiden onnistumisen edellytyksenä on tarkka valvonta ja ajanmukaiset tiedotteet työmaalle muutostöistä vastaavan henkilön toimesta. Aiemmin Peab Oy:n Turun yksikössä työmaa tai asuntomyyjä on tarkastanut kohteen muutostyöt kohteesta ja laajuudesta riippuen. Haasteena toimintatavassa on ollut se, että jos tarkastuksen on tehnyt vain työmaan henkilökunta, työmaalla ei aina ole ollut viimeisintä tietoa siitä, mitä on sovittu asuntomyyjän ja asiakkaan välillä.

Asukasmuutostarkastukset tehdään asunnoittain muuttotarkastuksessa noin kuukautta ennen avainten luovutusta. Tarkastukset on tehty Turun yksikön valmistuneissa kohteissa työmaan toimesta. Asunnot on kierretty yhdessä asiakkaan kanssa ja puutelistat täytetty mahdollisista asunnon virheistä ja puutteista. Mukana asunnon muuttotarkastuksessa on ollut työmaalta joko työnjohtaja, työmaainsinööri tai vastaava työnjohtaja.

4.4 Uusien toimintaratkaisujen suunnittelu ja kehitystarpeet asukasmuutostyöprosessissa

Edellä mainitut toimintatavat kaipasivat osittain uudistusta. Tässä opinnäytetyössä käsitelläänkin vain osaa edellä mainituista toimintatavoista ja niiden kehitystyötä. Osa toimintatavoista on jo muutettu ja otettu käytäntöön Peab Oy:n Turun yksikön rakennettavissa kohteissa. Mm. muutostyötarjous sekä muutostöihin liittyvää viestintää on parannettu tämän opinnäytetyön aikana. Myös muutostyötiedote on jo käytössä Turun yksikössä. Osa toimintatavoista on vielä kehitysasteella, ja kehitystyö tulee vielä jatkumaan. Näistä mainittakoon mm. muuttotarkastus, konseptien luominen ja lisähintaisten muutostöiden hinnoittelu.

Toimintatapojen uudistamista on tehty yhdessä työmaan, asuntomyyjän ja Peab Oy:n muiden yksiköiden asiakaspalveluinsinöörien kanssa. Myös Turun yksikön johto sekä muu henkilökunta on ollut mukana tämän opinnäytetyön tulosten toteuttamisessa.

Aikaisemman toimintatavan mukaan asukasmuutostöiden hoitaminen on ollut epäselvää monille eri tahoille. Työmaan, asuntomyyjän ja hankinnan välillä työtehtävät ovat olleet epäselviä ja työnjako sekava. Tämän tutkimuksen alkuvaiheessa tavoite oli yksiselitteinen; haluttiin kehittää asukasmuutostyöprosessia selkeämpään suuntaan.

Tutkimuksen alkuvaiheessa huomattiin, että muutostyöprosessiin tarvittiin uusia toimintatapoja ja niiden toteuttamiseen uusia tai päivitettyjä asiakirjoja. Aiemmin muutostöiden hoitaminen on tapahtunut monen eri työntekijän, joko työmaan asuntomyyjän tai hankinnan toimesta. Usein myös tapa toimia muutostöiden hoitamisessa oli vaihtelevaa työntekijästä riippuen. Tutkimuksen tavoitteeksi asetettiin myös näiden edellä mainittujen toimintatapojen tai asiakirjojen kehittäminen.

5 ASUKASMUUTOSTYÖPROSESSIN TUOTOKSET JA KEHITTÄMINEN

5.1 Tutkimuksen tuotokset

Jo pelkästään se, että asukasmuutoksista vastaa erillinen henkilö, edesauttaa toteuttamaan selkeämmän asukasmuutostyöprosessin. Asiakaspolun selkeyttäminen ja asiakasystävällisemmän palvelun kehittäminen on yksi tärkeimmistä asiakaspalveluinsinöörin työtehtävistä. Asukasmuutostöiden pääasiallinen tavoite onkin tyytyväinen asiakas. On myös tärkeää informoida potentiaalisia asunnon ostajia siitä, että Peab Oy:n rakennettavissa kohteissa muutostyöt ovat mahdollisia. Antamalla asunnon ostajille mahdollisuuden muutostöiden toteuttamiseen edistetään myös asuntomyyntiä, sillä joskus muutostöiden toteutusmahdollisuus voi olla jopa asunnon ostoperuste.

Tutkimuksessa on ollut mukana myös useampi Peab Oy:n muun yksikön asiakaspalveluinsinööri. Heidän avullaan on kerätty tietoa aiemmista toimintatavoista ja saatu kehitysideoita työskentelytapoihin tai asiakirjoihin, jotka eivät toimi heidän kokemustensa mukaan tehokkaimmalla mahdollisella tavalla.

Yksi olennaisimmista tutkimuksen tuloksista on asukasmuutostöiden prosessikaavion kehittäminen (liite 1). Aiempaa asukasmuutostöiden toimintatapaa on kehitetty selkeämmäksi ja asiakasystävällisemmäksi tämän tutkimuksen tuloksena. Asukasmuutostyön prosessikaavion avulla halutaan parantaa koko asiakaspolkua, jossa muutostöiden hoitaminen on vain osa asiakaspalvelukokonaisuutta. Tämän tutkimuksen aikana luonnosteltiin myös asiakaspolkua Turun yksikön jatkokäyttöön (liite 2).

Asukasmuutostyöprosessi koostuu monesta eri vaiheesta sekä niihin liittyvistä erilaisista asiakirjoista. Asiakkaalle muutostyökokemuksesta halutaan laatia mahdollisimman vaihtuvan ja miellyttävän kokemus. Myös työmaan ja asiakaspalveluinsinöörin välisen viestinnän tulee olla selkeää ja tehokasta.

Kun muutostyöprosessia kehitetään, on tiedettävä, millaisista tehtävistä ja työvaiheista muutostyöprosessi koostuu. Tässä tutkimuksessa Peab Oy:n asukasmuutostyöprosessia lähestyttiin työmaalla käytännönläheisesti rakenteilla olevassa kohteessa. Osapuolten välisistä tehtävistä ja tiedonkulusta käytiin useampi eri neuvottelu. Näiden pohjalta

laadittiin ehdotuksia kehitystä kaipaavista dokumenteista tai kokonaan puuttuvista toimintatavoista.

Asukasmuutostyön prosessikaaviossa (liite 1) vasemman puoleisessa pystysarakkeessa on mainittu muutostöihin osallistuvat eri osapuolet. Kaavion ylärivillä on lueteltu prosessin eri vaiheet. Taulukkoon on kirjattu erilaisia merkkejä, mikäli kyseiseen vaiheeseen on jo olemassa jokin lomake.

Taulukon ensimmäinen vaihe on myyntivaihe, johon asiakaspalveluinsinööri laatii muutostyötiedotteen ja -aikataulun. Tämän vaiheen jälkeen prosessikaaviota seurataan nuolien avulla aina avainten luovutukseen saakka. Myyntivaiheessa asiakas saa vakiomateriaalilomakkeen, jossa on muutostyöohje. Kun asiakas on tutustunut vakiomateriaaleihin, ja hän haluaa jotain vakiosta poikkeavaa, tulee hänen pyytää tarjous toivomastaan muutostyöstä asiakaspalveluinsinööriltä. Asiakaspalveluinsinööri selvittää muutostyön mahdollisuuden sekä kustannukset ja antaa asiakkaalle muutostyötarjouksen.

Kun asiakas tekee muutostyötilauksen asiakaspalveluinsinöörille, laaditaan muutostöistä muutostyötiedote. Asiakaspalveluinsinööri tekee koosteen noin kerran kuukaudessa kaikista kohteeseen tilatuista asukasmuutostöistä. Jäljempänä on selitetty tarkemmin, miten kyseinen tiedote saavuttaa kaikki tarvittavat osapuolet.

Asukasmuutostyön prosessikaavion yksi olennaisimmista vaiheista on muutostyöpalaverien pitäminen. Nämä palaverit hoidetaan asiakaspalveluinsinöörin toimesta. Muutostyöpalavereja pidetään niin asiakkaiden, työmaan kuin myös urakoitsijoidenkin kanssa. Palavereissa käydään kaikki tilatut muutostyöt läpi tai vastaavasti palavereissa voidaan vielä selvittää, onko asiakkaiden toivomat muutostyöt mahdollisia toteuttaa.

Seuraava vaihe prosessikaaviossa on koontilistauksien ja huonekorttien laadinta. Asiakaspalveluinsinööri laatii koontilistaukset sekä huonekortit työmaan ja hankinnan käyttöön. Nämä ovat tärkeitä työvälineitä työmaalle ja hankinnalle tilauksien tekemisessä.

Prosessikaavion loppuvaiheita ovat kutsu työmaavierailuun, muutostöiden tarkastaminen sekä muuttotarkastus. Näissä suuressa roolissa on niin asiakas kuin myös koko työmaan henkilökuntakin. Muutostyöt tulee ensisijaisesti tarkistaa työmaan puolesta ja vasta sen jälkeen kutsua asiakas muuttotarkastukseen.

Prosessikaavion loppupuolella on muutostyölaskujen maksaminen. Kun tarvittavat maksumuutokset on hoidettu, voidaan avaimet luovuttaa asunnon ostajille.

Tutkimuksen tuloksena asukasmuutostyöprosessiin liittyviä uusia asiakirjoja on laadittu tai vanhoja asiakirjoja päivitetty. Päivitettyjä asiakirjoja ovat muutostyöohje, muutostyö-aikataulu (liite 3) sekä lisä- ja muutostyötarjous- ja tilauslomake (liite 5). Edellä mainitut asiakirjat ovat saaneet uuden ulkoasun tämän tutkimuksen tuloksena.

Aiemmin muutostyöprosessissa ei ole ollut käytössä muutostyötiedotetta asuntomyyjän ja työmaan välillä. Tämän työn yksi keskeisimpiä tuloksia on muutostyötiedote (liite 4), johon on koottu kaikki kohteeseen tilatut huoneistokohtaiset asukasmuutostyöt. Tiedote lähetetään työmaalle, urakoitsijoille sekä suunnittelijoille. Asiakaspolkua parantamaan laadittiin myös kutsu materiaalivalintojen tekemiseen (liite 6) ja työmaavierailuun (liite 7). Myös asiakasinfotilaisuuden järjestäminen valmistuneen kohteen asukkaille oli yksi askel täydellisempään asiakaspolkuun (liite 9).

Asiakaslähtöisyyden parantaminen on noussut kohdekonsernin asuntoliiketoiminnan painopistealueeksi. Yhtenä strategisena tavoitteena Peab Oy:llä onkin ”tyytyväisimmät asiakkaat”. Tyytyväisiä asiakkaita pidetään yrityksen laadun ja maineen takeena, joten myös asiakaspolun parantamiseen on päätetty lisätä resursseja Peab Oy:llä.

Asiakaslähtöisyys edellyttää asiakaspiirin ja kohderyhmien hyvää tuntemusta. Tätä asiakassegmentointia kehitettiin tutkimuksen aikana yhdessä muiden Peab Oy:n yksiköiden kanssa. Asiakassegmentoinnin avulla suunnitteilla olevien kohteiden kohderyhmän määrittely on vaivattomampaa. Hankesuunnitteluvaiheessa kohde osataan suunnitella oikealle kohderyhmälle täydellisemmin, kun osataan ottaa segmentoinnin eri osapuolet jo suunnitteluvaiheessa huomioon. Tämä edesauttaa markkinointia, ja näin ollen se edistää asuntojen myyntiä, kun kohderyhmä on tarkkaan määriteltä ja tutkittu.

Asiakkaiden palveleminen ja ohjaaminen asukasmuutostöissä ja materiaalivalinnoissa on nykyisin keskitetty asiakaspalveluinsinööreille. Myös asiakkaille työnjako on selkeä; asuntomyyjä vastaa asunnon myyntiin liittyviin kysymyksiin, kun taas asiakaspalveluinsinööri vastaa materiaaleihin, muutostöihin ja niiden hinnoitteluun liittyviin kysymyksiin (kuva 3).



Kuva 3. Asiakaspalveluinsinöörin sidosryhmät ja asukasmuutostöiden nykyinen kulku Turun yksikössä.

5.1.1 Muutostyötiedote

Aiemmin Turun yksikössä ei ole ollut käytössä muutostyötiedotetta. Muutostöiden hallintaan oli löydettävä jokin selkeä toimintatapa. Tutkimuksen yhtenä tuloksen kehitettiin muutostyötiedote (liite 4). Tiedote lähetetään työmaalle sekä urakoitsijoille noin kerran kuukaudessa. Muutostyötiedotteeseen on kirjattu kaikki asukasmuutostyöt huoneistoitain. Muutostyötiedote on otettu käyttöön käynnissä olevalla työmaalla. Testissä tiedotteen lähettäminen on saanut positiivista palautetta sekä työmaalta kuin myös urakoitsijoiltakin. Tämän toimintatavan on toivottu jatkuvan myös seuraavissa kohteissa.

Muutostyötiedotteeseen on kirjattu asunnoittain tilatut asuntokohtaiset asukasmuutostyöt. Muutostyötiedotteeseen liittyvät olennaisesti myös suunnitelmat ja liitekuvat tehtävistä muutostöistä. Muutostyötiedotteessa on myös sarake, jossa on maininta, jos muutostyöstä on laadittu jokin liite. Liite on usein tarkentava kuva muutostyöstä (liitteet 11–14). Näistä mainittakoon mm. pohjapiirustus, johon on tehty sähkömuutokset (liite 11 ja 12) tai tarkentava suunnitelma tapetoitavasta seinästä (liite 13 ja 14).

Muutostyötiedote päivitetään Peab Oy:n käyttämään järjestelmään, Ärbasiin, josta työmaa ja hankintahenkilöstö saavat sen tarvittaessa. Myös asuntokohtaiset liitteet tallennetaan järjestelmään huoneistoittain.

Muutostyötiedote helpottaa myös asukasmuutosten tarkastamista työmaalla. Kun muutokset on lueteltu tiedotteessa huoneistoittain, tarkastuskierroksella on melko vaivatonta käydä muutokset listasta läpi aina huoneistokohtaisesti.

Ennen tämänhetkistä muutostyötiedotetta testattiin toimintatapaa, jossa mm. kalustetoimittajalle, sähkö- ja lvi-urakoitsijoille laadittiin omat tiedotteet. Tämä koitui melko työlääksi ja sekavaksi toimintatavaksi. Lopulta päädyttiin versioon, joka on nyt käytössä asukasmuutostöiden tiedottamisessa. Käytettävässä muutostyötiedotteessa kaikki tilatut muutostyöt on nähtävillä samassa dokumentissa.

5.1.2 Muutostyöaikataulu ja muutostyöohje

Peab Oy:llä on tutkimuksen aikana panostettu erityisesti myös yrityksen brändinäkyvyyteen, yhtenäisen ilmeen luomiseen sekä tunnettuuteen. Yhtenä tutkimuksen tuloksena on päivitetty muutostyöaikataulu (liite 3) ja -ohje.

Asiakkaat otetaan huomioon heti rakennusvaiheen alussa, kun laaditaan muutostyöaikataulua. Muutostyöaikataulu on aiemminkin ollut käytössä Peab Oy:n Turun yksikössä, mutta nyt Peab Oy:n graafisen ilmeen muuttuessa oli tarvetta päivittää myös muutostyöaikataululomake. Muutostyöaikatauluun määritellään asukasmuutoksiin liittyvät ajankohdat muutostöiden viimeisille jättöpäiville. Tutkimuksen tuloksena muutostyöaikataulu päivitettiin uuden ilmeen mukaiseksi, ja jatkossa se on käytössä kaikilla Peab Oy:n yksiköillä. Muutostyöaikataulu laaditaan jatkossa asiakasystävällisemmin, mikä tarkoittaa käytännössä aikataulun laadintaa kerroksittain. Näin aikataulu on asiakkaille joustavampi.

Muutostyöohje on aiemmin ollut erillinen nidottu A4-kokoinen lomakenippu. Asiakkaalle on aiemmin jaettu useampi erillinen lomake kaupanteossa, mm. muutostyöohje, vakiomateriaalit ja valintalomake. Nyt tätä toimintatapaa haluttiin yksinkertaistaa asiakkaan näkökulmasta. Aluksi laadittiin muutostyöohje erilliseksi esitteeksi, jota oli tarkoitus painattaa. Tämä koitui jo heti alkuvaiheessa hankalaksi tavaksi, sillä haluttiin luoda asunnon ostajille yksi esite, jossa olisi muutostyöohje sekä materiaalit samassa esitteessä. Vakiomateriaaliesitteen laajuudesta johtuen muutostyöohjetta ei ole liitetty tähän työhön.

Tutkimuksen aikana uudistettiin kaikkien yksiköiden käyttöön vakiomateriaaliesite. Vakiomateriaaliesitteen ja valintalomakkeen teko kuuluu asiakaspalveluinsinöörin työnkuvaan. Asiakaspalveluinsinööri laatii vakiomateriaaliesitteen mainostoimiston laatimaan esitepohjaan. Ensimmäiset vakiomateriaaliesitteet, jossa on mukana muutostyöohje, on jo otettu käyttöön, ja ne ovat osoittautuneet toimivaksi kokonaisuudeksi. Tämä vähentää asiakkaalle jaettavan aineiston määrää. Asiakkaalle on myös selkeämpää, että ohjeistus mahdollisista muutostöistä löytyy vakiomateriaalien kanssa samasta esitteestä.

5.1.3 Lisä- ja muutostyötarjous ja -tilaus

Peab Oy:llä on aiemmin ollut käytössä asukasmuutostöitä varten laadittu lisä- ja muutostyötarjous ja -tilauslomake. Kun asiakas allekirjoittaa tarjouksen, sama lomake toimii myös tilauslomakkeena. Tämä on ollut toimiva käytäntö, mutta lomakkeen ulkoasun selkeyttäminen oli osa tämän tutkimuksen tulosta (liite 5). Lisä- ja muutostyötarjous ja -tilauslomakkeen ulkoasu oli hieman epäselvä, ja Excel-pohjaisena se ei toiminut parhaalla mahdollisella tavalla.

Lisä- ja muutostyötarjous- ja -tilauslomaketta haluttiin selkeyttää ja sen toiminnallisuutta parantaa. Tämä lomake on yksi tärkeimmistä asiakkaan ja asiakaspalveluinsinöörin välillä täytettävistä asiakirjoista. Sen toimivuus ja selkeys on avainasemassa, jotta asiakas saa helposti hyvän käsityksen tilaamistaan muutostöistä. Myös asiakaspalveluinsinöörin näkökulmasta lomakkeen helppokäyttöisyyttä on parannettu. Parannustyö tehtiin yhteistyössä muiden Peab Oy:n työntekijöiden kanssa. Uusi lomake on ollut käytössä useamman kuukauden, ja lomakkeen päivittäminen on tehnyt siitä huomattavasti käytännöllisemmän.

Aiemmin Peab Oy:n Turun yksikössä on käytetty arkkitehdin laatimia luonnoksia muutostyötarjouksen laskemista varten. Tämä on ollut aikaa vievä ja kustannuksia lisäävä

toimintatapa. Nykyisin muutostyötarjousta varten asiakaspalveluinsinööri pystyy laatimaan AutoCad-ohjelmalla tarvittavat luonnokset asiakkaan toivomista muutostöistä. Luonnosten lähettäminen sähköpostitse on myös nopea tapa hyväksyttää mahdolliset muutostyöt asunnon ostajilla. AutoCad-ohjelmalla piirretyt kuvat ovat selkeitä (liite 13), ja ne on helppo toimittaa arkkitehdille lopullisten kuvien päivitystä varten asiakkaan hyväksyttyä suunnitelmat.

Tarjouksien laskeminen ja tekeminen on siirtynyt pois työmaan johdolta, joten työmaan resursseja ei tarvitse käyttää muutostöiden hinnoitteluun liittyvissä asioissa kuin vain harvoissa tapauksissa. Toki edelleen asukasmuutostyöt työllistävät työmaata, mutta kehittämällä toimintaa saadaan myös jatkossa varmasti tehokkuutta lisättyä muutostyöprosessissa.

5.1.4 Kutsu materiaalivalintaan, työmaavierailuun ja asiakasiltaan

Yksi tärkeimmistä vaiheista asiakkaan näkökulmasta rakennusprojektin aikana on materiaalivalintojen tekeminen. Tämä on hetki, jolloin asunnon ostaja pääsee konkreettisesti mukaan rakennusprojektiin. Materiaalivalintatilaisuuteen laadittiin tutkimuksen tuloksena kutsu, joka lähetetään jatkossa asiakkaille postitse (liite 6). Jos asuntokaupat tehdään rakennusprojektin jo ollessa pitkällä, annetaan kutsu materiaalivalintojen tekemiseen jo kaupanteon yhteydessä.

Tutkimuksen aikana Peab Oy:n graafinen ilme sai päivityksen. Muutoksen myötä haluttiin panostaa asiakkaille jaettavaan materiaaliin. Tutkimuksen tuloksina kehitettiin kutsu työmaavierailuun (liite 7) sekä kutsu harjannostajaisiin (liite 8). Työmaavierailu järjestettiin asunnon ostajille kerroksittain, ja vierailuun osallistuivat työmaahenkilöstön lisäksi asuntomyyjä ja asiakaspalveluinsinööri. Harjannostajaisissa asunnon ostajat pääsivät tutustumaan rakenteilla olevaan kohteeseen.

Kutsu kohteen luovutuksen jälkeen järjestettävään asiakasiltaan laadittiin myös tämän tutkimuksen tuloksena (liite 9). Aiemmin Turun yksikössä ei ole järjestetty infotilaisuuksia asunnon ostajille kohteen luovutuksen jälkeen. Asiakasiltan osallistui suurin osa asunnon ostajista. Infotilaisuuden järjestäminen sai positiivista palautetta. Asiakasillassa käytiin läpi Peab Oy:n puolesta kodin kansion sisältö. Paikalla oli myös isännöitsijä sekä huoltoyhtiön edustaja kertomassa omista toimintatavoistaan. Infotilaisuudessa käytiin

läpi valmistuneen kohteen vieressä rakenteilla olevan rakennustyömaan vaiheita ja kerrottiin asukkaille mahdollisista tulevista häiriötekijöistä rakennusvaiheen aikana.

Asiakasillassa järjestettiin kysely liittyen illan tarpeellisuudesta asiakkaiden näkökulmasta (liite 10). Jokainen vastaaja koki asiakasillan olevan hyödyllinen. Tämä oli yksi tutkimuksen tuloksista, ja jatkossa Turun yksikössä tullaan järjestämään vastaavanlainen asiakasinfotilaisuus, kun kohde on luovutettu.

5.1.5 Muutostöiden hallinta viestinnän avulla

Muutostöiden hallinnoiminen on haastava osa-alue rakennusprojektissa. Muutoksia on pystyttävä hallitsemaan niin asiakaspalveluinsinöörin kuin myös työmaan ja urakoitsijoidenkin toimesta. Tehtävä ei ole yksinkertainen, sillä usein muutostöitä tulee väistämättä aikataulullisesti hyvinkin haasteellisissa olosuhteissa. Muutostyöaikataulu on toki laadittu asunnon ostajille, jotta he tietävät muutostöille suunnitellut aikataulut. Joskus asuntojen pitkittynyt myyntivaihe voi kuitenkin muuttaa tilanteen ja asiakkaille luvataan tehdä vielä joitain pienimuotoisia muutostöitä umpeutuneista aikatauluista huolimatta. Tämä on asiakaspalvelua, jota halutaan antaa asunnon ostajille.

Muutostöiden hallinta on tiedon välittämistä ja jatkuvaa tarkastamista. Muutostöiden yksi suurimpia aikaa vieviä työvaiheita on tarjousten pyytäminen urakoitsijoilta tai tavarantomittajilta ja niiden pohjalta tarjousten laskeminen asiakkaille. Tarjousvaiheessa käytetään jonkin verran myös selventäviä kuvia tai suunnitelmia, jotta asia tulee ymmärretyksi kaikille osapuolille samalla tavoin. On olennaista, että muutosta koskevat tiedot ja siihen liittyvät selventävät kuvat kulkeutuvat ajoissa työntekijöille saakka. Selventäviä kuvia laaditaan usein mm. sähkömuutoksista (liite 11 ja 12).

Muutostöihin liittyvien selventävien suunnitelmien tai kuvien laatiminen tapahtuu asiakaspalveluinsinöörin toimesta. Sähkösuunnitelmiin liittyvien muutosten lisäksi voidaan laatia selventäviä kuvia mm. tapetoitavasta seinästä tai saunan lasiseinästä (liite 13). Aiemmin Turun yksikössä ei ole laadittu vastaavanlaisia kuvia työmaan tai urakoitsijoiden käyttöön. Selventävät kuvat ovat saaneet kiitosta niin asiakkailta kuin myös urakoitsijoiltakin, sillä laadittujen suunnitelmien avulla asiakkaat saavat heti käsityksen toteutettavasta muutostyöstä. Myös urakoitsijoille laaditut muutostyöluonnokset selventävät asiakkaiden muutostyötoiveita oikeassa mittakaavassa.

Aiemmin vastaavanlaisia luonnossuunnitelmia on pyydetty suoraan arkkitehdilta, mikä ei ole ollut kovinkaan kustannustehokasta. Arkkitehti on saattanut käyttää suunnitelmien laatimiseen monia tunteja, ja pahimmassa tapauksessa asiakas ei ole edes tilannut suunniteltua muutostyötä. Arkkitehti on siitä huolimatta laskuttanut tunnit Peabilta, ja ne ovat jääneet kokonaan rakennusliikkeen ylimääräisiksi kustannuksiksi. Nykyisin Turun yksikössä asiakaspalveluinsinööri piirtää luonnokset useimmiten Auto Cad-ohjelmalla, ja vasta asiakkaan hyväksyttyä muutostyöt arkkitehti päivittää muutokset pohjakuviin.

Muutostyötiedotteiden ja niihin liittyvien selventävien suunnitelmien tallentaminen tapahtuu asiakaspalveluinsinöörin toimesta myös työmaalla käytettävään järjestelmään, Ärbaasiin. Asiakaspalveluinsinööri tallentaa kyseiseen paikkaan huoneistokohtaiset muutostyöt liitteineen. Järjestelmästä ne on saatavilla myös työmaan käyttöön. Vaikka muutostyötiedotteet ja selventävät kuvat tallentuvat yhteiseen järjestelmään, on yhteydenpito myös puhelimitse ja palaverien muodossa erittäin olennaista.

Vaikka viestintä on jokapäiväistä työmaan ja asiakaspalveluinsinöörin välillä, on paikan päällä tehtävät tarkistuskierrokset myös avainasemassa onnistuneen lopputuloksen saavuttamiseksi. Viestintää käytetään paljon muutostöiden tiedon siirtoon ja välittämiseen niin sähköpostin, puhelimen kuin myös projektipankin välityksellä. Siitä huolimatta muutostyötietojen toimittaminen työmaalla välitetään urakoitsijoille myös suullisesti. Tilanteen luo usein myös haastavaksi urakoitsijoiden työntekijöiden vaihtuvuus. Tällöin korostuu työmaan aktiivinen ja tarkka toiminta viestinnän suhteen muutostöiden informoinnissa. Myös huoneistokohtaisten tarkistuskäyntien tekeminen niin asiakaspalveluinsinöörin kuin työmaankin toimesta nousevat tärkeään asemaan.

5.2 Asukasmuutostyöprosessin jatkokehittäminen

Asiakaslähtöinen toimintatapa rakennusalalla on jatkuvaa kehitystyötä. Taustalla on koko ajan pidettävä ajatus siitä, että asiakkaat ovat viime kädessä se ryhmä, joka määrittelee tulevan työmäärän. Asukasmuutostyöt ovat Peab Oy:llä asiakaspalvelua, jonka tarkoituksena on saada työn jälkeen tyytyväinen asiakas. Tutkimusta tehdessä eteen on tullut useita kehittämisajatuksia asukasmuutostyöprosessin ja asiakaspolun parantamiseksi. Näiden jatkotyöstäminen on jo osittain aloitettu Peab Oy:llä kaikkien yksiköiden kesken. Tämä opinnäytetyö antaa jatkossa ajatuksia asukasmuutostyöprosessin kehittämiselle Peab Oy:llä.

Yhtenä kehittämisen kohteena on erilaisten sisustuskonseptien luominen. Tämä kehitystyö on jo aloitettu yhdessä muiden asiakaspalveluinsinöörien kanssa. Tarkoituksena on suunnitella erilaisia sisustuskonsepteja, jotka helpottavat asiakkaiden materiaalivalintoja. Ajatuksena on laatia kolme eri kokonaisuutta, joista on jo laadittu alustavat vaihtoehdot. Myös valmiiksi hinnoiteltuja lisä- ja muutostöitä on aloitettu laatimaan tutkimustyön aikana. Valmiiksi hinnoitellut muutostyöt tekevät asiakaspalveluinsinöörin työn tehokkaammaksi sekä nopeuttavat tarjouksen antamista asiakkaalle. Valmiiksi hinnoitellut muutostyövaihtoehdot antaa myös asiakkaalle paljon lisäarvoa.

Yhtenä olennaisena osana asiakaspolussa on muuttotarkastus. Muuttotarkastus tehdään noin kuukautta ennen avainten luovutusta, jossa todetaan myös tehtyjen muutostöiden oikeellisuus. Tämä asiakaspolun yksi tärkeimmistä vaiheista on aiemmin hoidettu Turun yksikössä työmaan toimesta. Jatkossa muuttotarkastusta tullaan kehittämään asiakaslähtöisemmäksi, ja tarkastuksen tekemisessä on huomioitava asiakkaiden erilainen tausta tarkastuksen puolueetonta tekemistä varten. Tämän tutkimuksen aikana esitettiin kehitysidea muuttotarkastuksen tekemisestä Congrid-ohjelman avulla. Tällä hetkellä toimintatapaa uudistetaan ja ohjelmaa kehitetään yhdessä Congridin ja Peabin yhteistyöllä.

Muutostöiden hallinta Congrid-ohjelman avulla helpottaisi myös olennaisesti asiakaspalveluinsinöörin ja työmaan yhteistyötä. Tämän sovelluksen jatkokehittäminen vaatii paljon aikaa ja resursseja, jotta mahdollisesta ohjelmasta saadaan tehokas ja toimiva työväline. Tämä kehitysajatus muutostöiden hallinnasta Congrid-ohjelman avulla on otettu Peab Oy:llä positiivisesti vastaan, ja sitä tullaan todennäköisesti kehittämään jo lähiaikoina.

Huonekorttien laadinta on asiakaspalveluinsinöörin toimenkuvaan kuuluva työvaihe. Tässä Peab Oy:llä on käytössä erilaisia toimintatapoja eri yksiköiden välillä. Käytössä on mm. yksi malli, josta saa laadittua huonekortin sekä koontilistaukset eri urakoitsijoille. Tämä on Excel-taulukon muodossa ja vaatii vielä kehitystä toimiakseen mahdollisimman tehokkaasti. Taulukon tai mahdollisen ohjelman kehittämiseen on hyvä lisätä resursseja, sillä toimivan pohjan laatiminen säästäisi jatkossa paljon niin työmaan kuin myös asiakaspalveluinsinöörinkin työaikaa. Kehitysidea on jo käyty läpi Turun yksikössä, ja sen jatkokehittäminen tullaan viemään eteenpäin.

Tutkimuksen aikana käytössä on ollut ainoastaan paperiset valintalomakkeet vakiomateriaalien tekoa varten. Jatkossa olisi mahdollista kehittää sähköinen valintalomake, josta asunnon ostaja saisi valita helposti haluamansa materiaalit ostamaansa asuntoon.

Tähän sovellukseen olisi hyvä sisällyttää myös valmiita lisähintaisia muutostöitä, joita valitsemalla asiakas näkisi välittömästi valitsemiensa muutostöiden kokonaiskustannukset näytöllä.

Peab Oy:n Turun yksikössä on käyty tutkimustyön aikana keskustelua urakkasopimukseen liitettävästä asukasmuutostyöliitteestä. Tarkoituksena olisi laatia urakkasopimukseen liite, jossa urakoitsija sitoutuu tiettyihin muutostöihin liittyviin toimenpiteisiin. Tästä mainittakoon mm. lisätöiden hinnasto. Tällä hetkellä aliurakoitsijoilta tulevat kohtuuttoman hintaiset muutostyötarjoukset saattavat olla kynnyskysymys asiakkaalle jopa ostaa asunto suuren muutostyöhinnan vuoksi. Jos urakkasopimukseen määriteltäisiin jo tietyt yleisimmin toistuvat muutostyöt ja ne hinnoiteltaisiin valmiiksi, edellä mainittu toimintatapa olisi varmasti kustannustehokkaampaa kuin erikseen tapauskohtaisten hintojen tiedustelu urakoitsijalta. Toinen urakkasopimukseen kirjattavista asioista olisi aikataulu, jonka rajoissa urakoitsijan tulisi antaa tarjous asiakaspalveluinsinöörille erikseen pyydetystä muutostyöstä.

Edellä mainittujen epäkohtien tai puutteiden korjaamiseen tulisi lisätä tulevaisuudessa resursseja. Asukasmuutostyöt ovat kasvava osa-alue Peab Oy:llä. Asukasmuutostyöprosessia ja asiakaspolkua tulee kehittää jatkuvasti, sillä tyytyväiset asiakkaat takaavat jatkossakin liiketoiminnan hyvän kasvun.

6 YHTEENVETO

Asunnon ostajat toivovat usein persoonallisia sisustusratkaisuja tuleviin rakenteilla oleviin koteihinsa. Asiakaspalveluinsinööri on tärkeä yhteyshenkilö asiakkaan ja työmaan välillä koko asukasmuutostyöprosessin ajan. Onnistuneen muutostyöprosessin avulla saavutetaan toivottu lopputulos; onnellinen asiakas ja sujuva työmaatoiminta.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli laatia selkeämpi toimintatapa asukasmuutostöiden hallinnoimiseen Peab Oy:n Turun yksikölle. Kirjallisuustutkimusosuudessa tutustuttiin asiakaslähtöisyyteen ja rakennusurakan asukasmuutostöihin. Asiakaslähtöisyyden merkitys on huomattavan suuri, ja sen tarkoitus on täydentää asukasmuutostyöprosessia. Nämä kaksi kulkevat hyvin tiiviisti rinnakkain koko muutostyöprosessin läpi.

Asukasmuutostyöprosessi koostuu eri työvaiheista, ja prosessin työvaiheisiin liittyy useampi asiakirja, joiden avulla muutostyö saadaan toteutettua onnistuneesti. Tämän opinnäytetyön tuloksena laadittiin prosessikaavio asukasmuutostöiden kulusta, ja sen tarkoituksena on selkeyttää toimintatapaa asukasmuutostöiden hallinnoimisessa. Myös erinäisiä asiakirjoja laadittiin tai päivitettiin, ja niiden avulla muutostöiden hallinta asiakkaan, asiakaspalveluinsinöörin, työmaan sekä urakoitsijoiden välillä on tehokkaampaa. Prosessin ja asiakirjojen soveltamista käytäntöön on jo ehditty hyödyntämään.

Asukasmuutostöille ei ole aiemmin Turun yksikössä ollut erillistä työntekijää, vaan asukkaiden toivomat lisä- ja muutostyöt on hoidettu työmaan ja asuntomyyjän välillä. Turun yksikössä muutostöiden hoitaminen on helpottunut tämän opinnäytetyön tulosten ansiosta. Muutostyötiedotetta ei ole aiemmin ollut asiakaspalveluinsinöörin, työmaan urakoitsijoiden sekä suunnittelijoiden käytössä. Nyt kyseisen toimintamallin testaamisen tuloksena voidaan todeta, että se on saanut varsin hyvää palautetta. Myös prosessikaavion luominen selkeyttää eri työntekijöiden työtehtäviä prosessin eri vaiheissa. Kokonaisuudessaan voidaan todeta tämän tutkimuksen tavoitteiden täytyneen.

KTI:n tekemien asiakaspalautteiden perusteella asiakkaat ovat osittain tyytyväisiä Peab Oy:n asukasmuutostyöprosessiin. Kuitenkin rakennusvaiheessa asiakkaille annettavan informaation määrä sekä lisähintaisten muutostöiden hinnoittelu ovat saaneet asiakkailta kehitysideoita. Tämän tutkimuksen aikataulun puitteissa ei kaikkiin kehityskohteisiin ehditty luomaan valmiita ratkaisuja tai toimintatapoja. Jatkossa onkin tarkoitus kehittää

asiakaspolkua sekä asukasmuutostöiden sujuvampaa toimintaa. Tämä opinnäytetyö antaa tulevaisuudessa hyvän pohjan sekä asukasmuutostyöprosessin että asiakaspolun kehittämiseksi. Työn alla on jo tässä vaiheessa mm. yhteisen hinnaston laatiminen lisähintaisista muutostöistä kaikille yksiköille yhteiseen käyttöön. Valmis muutostyöhinnoitus nopeuttaisi muutostyöprosessia huomattavasti, ja nopeampi toimintatapa olisi myös asiakkaalle parempaa palvelua.

Peab Oy:n asiakaspalvelupolkua ollaan myös kehittämässä. Sujuvan asiakaspalvelun tuottaminen ei synny itsestään vaan vaatii koko organisaatiolta asiakaspalvelulähtöistä ajattelutapaa. Asiakaspalvelupolun kehittäminen vaatii paljon resursseja ja tarkat suunnitelmat tulee tehdä kaikki asiakassegmentit huomioiden.

Asukasmuutostöiden määrä tulee varmasti kasvamaan tulevina vuosina. Asukasmuutostyöprosessin jatkokehittäminen ja asiakaspalveluun panostaminen tulevat olemaan jatkossakin tärkeä kehittämisen osa-alue koko organisaatiossa.

LÄHTEET

Asunto-osakeyhtiölaki 2010. WS Bookwell Oy: Kiinteistöalan kustannus Oy.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Flink, K.-M.; Kerttula, T.; Nordling, A.-M.; & Rautio, V. 2015. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Kiiras, J. & Tammilehto, S. 2014. Kiinteistökehitys. Paikka: Kiinteistöalan Kustannus Oy.

Laine, V. 2005. Lisä- ja muutostyöt rakennusurakassa. Helsinki: Rakennusteollisuuden Kustannus RTK Oy.

Palviainen, K. 2006. Uuden asunnon kauppa – ostajan opas. Helsinki: Rakennusteollisuuden Kustannus RTK Oy.

Selin, E. & Selin, J. 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta. 2., uudistettu painos. Turku Selinselin.

YSE 1998. Rakennusurakan yleiset sopimusehdot. RT 16-10660. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Peab 2017a. Arvot, visio ja strategia. Viitattu 8.10.2017 <https://peab.fi/peab/arvot/>.

Peab 2017c. Asuntorakentaminen. Viitattu 8.10.2017 <https://peab.fi/peab/arvot/>.

Peab 2017b. Rakentaminen. Viitattu 8.10.2017 <https://peab.fi/peab/arvot/>.